

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT,
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOEKARNO HATTA**

SKRIPSI



Oleh :

Hidayat

NIM : 18540099

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2022

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT,
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOEKARNO HATTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :
Hidayat
18540099

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT,
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOEKARNO HATTA

SKRIPSI

Oleh :

Hidayat

NIM : 18540099

Telah disetujui pada tanggal 10 Juni 2021
Dosen Pembimbing,



Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP.197708262008012011

Mengetahui :

Ketua Jurusan



Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP.197708262008012011

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT,
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOEKARNO HATTA

SKRIPSI

Oleh :
Hidayat
NIM : 18540099

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 11 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua
Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., MM
NIP. 1980110920160801 2 053

(..........)

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP.19770826200801 2 011

(..........)

3. Penguji Utama
Fani Firmansyah, S.E., MM
NIP. 19770123200912 1 001

(..........)



Disahkan Oleh
Ketua Jurusan,


Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP.19770826200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hidayat
NIM : 18540099
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul ;

PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG SOEKARNO HATTA

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**Klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 April 2022

Hormat Saya,



Hidayat
NIM. 18540099

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada :

Ayah dan Ibu tercinta :
Moh. Sahri dan Karimah

Dosen Pembimbing :
Yayuk Sri Rahayu, S.E., MM

Adik tercinta :
Hamdi, Nuriel Firdausi Nuzula dan Mohammad Hikam Ali

Keluarga besar di Malang :
Moh. Taufik, Ramlah Binti Abi Bakar

Teman-teman satu jurusan :
Haris Ubaidillah, Mahfidhatul Khasanah, Kristi Fiki, Maharani, Panji
Mahendra, Rozana Qalbiyah, Nur Avni Aulia, Bagus Budiyanono dan teman
satu angkatan.

Keluarga Besar Lembaga Pendidikan Al-Qur'an Wardatul Ishlah :
Ustadz Ahmad Zain Fuad, S.Si., S.Pd., M.Pd, Ustadzah Linda Agustin
Kurniasih, S.S dan semua ustadz/ustadzah wardatul islah.

MOTTO

لَا تَحْزَنُ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

“ Dalam hidup banyak sekali hal sulit yang tidak mudah untuk dilalui. Namun yang paling sulit adalah meyakinkan diri sendiri bahwa Allah selalu bersama kita dan kita mampu untuk melewatinya.”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Kota Malang)”.

Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din Al-islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN)Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr.H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi saya.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah, Ibu, Adik beserta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moral dan spritual.
7. Ramlah Binti Abi Bakar yang telah membantu dan mendukung saya

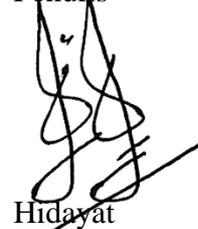
selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Nasabah BSI KC Malang yang telah bersedia membantu dan mendukung saya selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Ustadz Ahmad Zain Fuad, S.Si., S.Pd., M.Pd selaku pembina Lembaga Pendidikan Wardatul Ishlah yang telah memberikan do'a dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Saudara Abdul Haris, S.E yang telah bersedia membantu dan mendukung saya selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman dan pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah bersedia membantu proses penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala keluasan hati saya ucapkan terima kasih atas perhatiannya pada penulisan skripsi ini, dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk semuanya. Dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan yang bersifat konstruktif dari para pembaca untuk peningkatan penelitian skripsi ini.

Malang, 10 April 2022

Penulis



Hidayat

NIM : 18540099

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
المستخلص.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Pengetahuan	22
2.2.2 Persepsi Masyarakat.....	32
2.2.3 Religiusitas.....	37
2.2.4 Minat Menabung.....	41

2.2.5	Bank Syariah	45
2.3	Kerangka Konseptual.....	51
2.4	Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN		56
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	56
3.2	Lokasi Penelitian.....	56
3.3	Populasi dan Sampel	56
3.3.1	Populasi.....	56
3.3.2	Sampel.....	57
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	57
3.5	Data dan Jenis Data.....	58
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.7.1	Pengetahuan (X_1)	60
3.7.2	Persepsi masyarakat (X_2)	60
3.7.3	Religiusitas (X_3).....	60
3.7.4	Minat menabung (Y).....	61
3.8	Skala Pengukuran.....	65
3.9	Analisis Data.....	65
3.9.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.9.2	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.9.3	Uji Regresi Linier Berganda	69
3.9.4	Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Hasil Penelitian	73
4.1.1	Profil Perusahaan	73
4.1.2	Karakteristik Responden	76
4.1.3	Gambaran Umum Variabel	82
4.2	Pembahasan.....	102
4.2.1	Pembahasan Pengetahuan (X_1) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung (Y).....	103
4.2.2	Pembahasan Persepsi Masyarakat (X_2) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung (Y).....	106

4.2.3	Pembahasan Religiusitas (X_3) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung (Y).....	108
4.2.4	Pembahasan Pengetahuan (X_1), Persepsi Masyarakat (X_2), dan Religiusitas (X_3) Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Masyarakat Menabung.....	112
BAB V PENUTUP.....		115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....		118
LAMPIRAN.....		123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah Dan Konvensional.....	47
Tabel 3.1 Indikator Setiap Variabel Penelitian	61
Tabel 3.2 Interpretasi Angka.....	66
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Item Pengetahuan (X_1)	83
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Item Persepsi Masyarakat (X_2).....	84
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Item Religiusitas (X_3).....	86
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Item Minat Menabung (Y).....	87
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4.7 Nilai Uji Normalitas Kolmogrov-Simirnov	92
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....	93
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial)	99
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	102
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi R^2	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	51
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	81
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	82
Gambar 4.8 Normal Probability Plot	92
Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Scatter Plot.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Olah data	
1.1 Anova.....	
1.2 Coefficients Multikolinierity	
1.3 Coefficient uji regresi linier berganda dan uji T	
1.4 Anova uji F	
1.5 Model summary	
Lampiran 2 Kuesioner penelitian	
Lampiran 3 surat balasan penelitian.....	
Lampiran 4 bukti konsultasi.....	
Lampiran 5 surat keterangan bebas plagiarisme	
Lampiran 6 hasil cek turnitin	
Lampiran 7 biodata peneliti	

ABSTRAK

Hidayat.2021. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kota Malang)”

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M

Kata Kunci : Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, dan Religiusitas

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang merupakan salah satu lembaga keuangan yang bertugas untuk memberikan layanan kepada masyarakat, salah satu pelayanannya dalam bidang tabungan. Meski diresmikan pada masa pandemi Covid-19, tabungan easy wadiah dan easy mudharabah tetap diminati oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di BSI KC Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh antar satu variabel dengan variabel lain. Lokasi dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Malang yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta, Jatimulyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah tabungan BSI KC Malang. Sampel yang di ambil dari populasi ini adalah nasabah tabungan BSI yang berusia 17-60 tahun dan berdomisili di Malang yang berjumlah 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan memakai rumus malhotra.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan persepsi masyarakat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung. Sedangkan religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung. Namun secara bersama-sama (simultan) pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BSI KC Malang.

ABSTRACT

Hidayat. 2021. *ESSAY. Title: "The Influence of Knowledge, Public Perception and Religiosity on Public Interest in Savings at Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta*

Supervisor : Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M

Keywords : Knowledge, Public Perception, and Religiosity

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang is one of the financial institutions whose job is to provide services to the community, one of which is in the field of savings. Even though it was inaugurated during the Covid-19 pandemic, easy wadiah and easy mudharabah savings are still in demand by the public. The purpose of this study was to determine the effect of knowledge, public perception and religiosity on people's interest in saving at BSI KC Malang.

This study uses a quantitative approach where the aim is to determine the effect between one variable and another. The location in this research is Bank Syariah Indonesia (BSI) Malang Branch which is located on Jalan Soekarno Hatta, Jatimulyo, Lowokwaru District, Malang City. The population in this study are BSI KC Malang savings customers. Samples taken from this population are BSI savings customers aged 17-60 years and domiciled in Malang, totaling 120 respondents. The sampling technique used purposive sampling using the Malhotra formula.

The results of the study indicate that knowledge and public perception do not have a significant influence on people's interest in saving. Meanwhile, religiosity has a significant positive effect on people's interest in saving. But together (simultaneously) knowledge, public perception and religiosity have a significant influence on people's interest in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang.

المستخلص

هداية ٢٠٢١ . مقال . العنوان: "تأثير المعرفة والإدراك العام والتدين على المصلحة العامة في

المدخرات في بنك الشريعة الإندونيسية KC Malang Soekarno Hatta

المشرف : يايوك سري راهايو

الكلمات المفتاحية: المعرفة ، الإدراك العام ، التدين

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang هي واحدة من المؤسسات المالية التي تتمثل مهمتها في تقديم الخدمات للمجتمع ، وإحدى هذه المؤسسات في مجال الادخار. على الرغم من افتتاحه خلال جائحة كوفيد - 19 ، إلا أن الودیعة السهلة ومدخرات المضاربة السهلة لا تزال مطلوبة من قبل الجمهور. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير المعرفة والإدراك العام والتدين على اهتمام الناس بالادخار في BSI KC Malang. تستخدم هذه الدراسة نهجاً كمياً حيث الهدف هو تحديد التأثير بين متغير وآخر. الموقع في هذا البحث هو Bank Syariah Indonesia (BSI) Malang Cabang الذي يقع في Jalan Soekarno Hatta ، Jatimulyo ، Lowokwaru Kecamatan ، Malang Kota. السكان في هذه الدراسة هم عملاء التوفير في BSI KC Malang. العینات المأخوذة من هذه المجموعة هي عملاء مدخرات BSI تتراوح أعمارهم بين 17-60 عاماً ومقيمين في مالانج ، بإجمالي 120 مستجيباً. استخدمت تقنية أخذ العينات أخذ العينات الهادف باستخدام صيغة مالهوترا.

تشير نتائج الدراسة إلى أن المعرفة والإدراك العام ليس لهما تأثير كبير على مصلحة الناس في الادخار. وفي الوقت نفسه ، للتدين تأثير إيجابي كبير على مصلحة الناس في الادخار. لكن المعرفة (في نفس الوقت) والإدراك العام والتدين لها تأثير كبير على مصلحة الناس في الادخار في بنك الشريعة الإندونيسية (BSI) KC Malang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Lembaga keuangan perbankan syariah beberapa tahun belakangan memiliki peran yang cukup besar dalam kebangkitan perekonomian islam dan perekonomian negara, tercatat hingga mei 2016 aset perbankan syariah mencapai Rp. 297,9 triliun atau dapat dibilang tumbuh hingga 9,38% dari sebelumnya. Lembaga perbankan menjadi pusat intermediasi yang mempertemukan Bank sebagai lembaga yang menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa sejak munculnya Bank syariah, banyak masyarakat yang memilih untuk menyimpan atau menabung asetnya di bank syariah. Dengan latar belakang perspektif yang berbeda-beda masyarakat memilih menabung di bank syariah daripada menabung di bank konvensional.

Menurut Siregar dkk., (2020) munculnya bank syariah bukan semata-mata mengakomodasi kepentingan dari pendudukan indonesia yang sebagian besar umat islam karena hal tersebut bukan suatu jaminan melainkan *antitesis real* atas perkembangan perbankan syariah yang memang berjalan lebih lambat daripada bank konvensional.

pada dasarnya antara bank konvensional dengan bank syariah memiliki kesamaan dalam tujuannya yaitu untuk menghimpun dana menyalurkan dana kepada masyarakat serta memudahkan masyarakat

dalam melakukan transaksi. akan tetapi dalam kegiatan operasionalnya kedua bank tersebut memiliki perbedaan, jika bank konvensional beroperasi dengan berasaskan pada bunga sedangkan bank syariah tidak memungut bunga atau biaya tambahan tanpa kesepakatan bersama karena secara operasional bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam.

Dalam UU. No.10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank yaitu suatu badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau yang lainnya. Didalamnya juga tersirat bahwa selain mengeksistensikan bank syariah menjadi bank yang diakui secara nasional, juga memunculkan istilah perbankan ganda atau *Dual Banking System*. Secara gamblang, unit usaha syariah masih dibawah izin bank konvensional, dan beroperasi secara berdampingan antara bank konvensional dengan bank syariah. Kedua bank ini memiliki beberapa perbedaan dalam sistem operasionalnya, sumber hukumnya dan keuntungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank.

lahirnya bank syariah memang menjadi peluang bagi umat islam untuk menginvestasikan asetnya tanpa ada keraguan karena sudah dimotivasi oleh tingkat keyakinan beragama. Selain memiliki keuntungan yang ukhrawi, Bank syariah juga memiliki keuntungan duniawi yang juga tidak jauh dari yang dimiliki bank konvensional. Sehingga bank syariah

berperan sangat penting dalam keberlangsungan hidup umat yang berdasar pada keadilan.

Antonio (2002), dari sekian pesatnya peningkatan pertumbuhan bank –bank syariah bahkan menjadi ilham bagi bank konvensional untuk meniru dan menawarkan produk-produk bank syariah. Alasan mereka menawarkan karena semata-mata bersifat komersialn yakni melihat besarnya pertumbuhan pasar yang diperkirakan naik 15% tiap tahunnya.

Sesuai dengan UU No. 21 Tahun 2008 yang dimaksud dengan Perbankan syariah yaitu lembaga perbankan yang dalam kegiatannya menerapkan prinsip ekonomi islam, yakni dengan dilarangnya melakukan riba atau mengambil tambahan dalam bentuk apapun. Bank Syariah menjalankan tugasnya dengan berpedoman terhadap Al-Qur'an dan hadist. Dalam hal ini proses pengoperasian bank syariah diatur dan diawasi dalam koridor syariat islam yang didalamnya mengharamkan bank syariah dan lembaga syariah lainnya untuk tidak memungut bunga atau tambahan.

Sebagaimana firman Allah S.W.T dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat :275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ
 ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.

Artinya :

“orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah : 275)

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa bank syariah dalam melaksanakan tugasnya harus menghindari perilaku-perilaku yang dapat mengundang riba karena dapat merugikan banyak pihak termasuk bank syariah sendiri. Dari ayat ini pula maka muncullah akad-akad dalam bank syariah untuk melindungi bank syariah dan nasabah agar terhindar dari riba. Akad-akad dalam bank syariah di antaranya yaitu murabahah, musyarakah, mudharabah, wadiah, salam, istisna' ijarah dan qardh.

Terdapat beberapa produk bank syariah yang ditawarkan ke masyarakat luas, salahsatunya yaitu produk simpanan atau tabungan. setiap bank syariah memiliki istilah produk tabungan yang berbeda namun dalam prakteknya, akad yang digunakan sama yaitu akad wadiah dan mudharabah.

Antonio (2002) mengatakan bahwa tujuan dirintisnya bank syariah yakni untuk mempromosikan sekaligus mengembangkan prinsip-prinsip islam. prinsip yang diusung oleh bank syariah yaitu antara lain: 1). Larangan riba dalam bentuk transaksi apapun. 2). Melakukan aktivitas

usaha dan perdagangan dengan perolehan keuntungan yang sah. 3).

Memberikan zakat

Namun tidak lepas dari itu semua, yang menjadi masalah utama bagi perbankan syariah saat ini yaitu bagaimana caranya membuat strategi agar pangsa pasar semakin luas dan masyarakat umum percaya dan berminat untuk bertransaksi terhadap bank syariah. Sehingga untuk mewujudkan hal tersebut maka perbankan syariah sudah semestinya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat agar berminat untuk bertransaksi dengan bank syariah. Salahsatu faktor yang dapat menarik minat masyarakat yaitu dengan memberikan informasi yang cukup kepada masyarakat terkait bank syariah. Dengan informasi yang diberikan tersebut maka akan muncul pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

Menurut Siregar dkk., (2020) rendahnya pangsa pasar perbankan syariah saat ini salahsatu faktornya dikarenakan persepsi masyarakat yang masih menganggap bahwa perbankan syariah sama dengan perbankan konvensional yang hanya dilabelin baju syariah. Hal ini berdampak besar untuk keberlangsungan operasional bank syariah, sehingga masyarakat sampai saat ini masih enggan untuk bertransaksi dengan perbankan syariah seperti halnya menabung.

Menabung merupakan salahsatu strategi bagi banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya dimasa mendatang. Saat ini masih banyak di lingkungan masyarakat yang belum memahami betul pentingnya

menabung untuk masa depan karena pada dasarnya menabung diawali dengan munculnya keinginan tersendiri dari masing-masing individu. Sebelum menabung, setiap orang harus paham apa manfaat dan tujuan menabung. Dari pengetahuan tentang manfaat dan tujuan menabung tersebut maka masyarakat pada umumnya akan berpikir secara logis dengan mengumpulkan informasi-informasi cara menabung yang aman dan menguntungkan. Kemudian masyarakat akan menilai dan mempertimbangkan jenis tabungan yang sesuai dengan keinginan mereka sendiri. Secara umum masyarakat tidak berkeinginan jika aset yang mereka tabung malah merugikan dirinya seperti adanya unsur riba, namun karena kurangnya pengetahuan sehingga membuat mereka tetap memilih menabung di bank konvensional.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Emmang (2016) menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat tidak berminat untuk menabung di bank syariah salahsatu di antaranya yaitu faktor pengetahuan. Pengetahuan menjadi salahsatu dari sekian faktor-faktor yang berpengaruh positif signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah merupakan hal yang sangat penting, mengingat bahwa masyarakat akan memilih menabung atau menginvestasikan asetnya terhadap lembaga yang menurutnya mudah untuk diketahui dan dipahami. Pengetahuan yang dimaksud yakni meliputi pengetahuan tentang riba, bagi

hasil, jenis tabungan, bonus, dan sebagainya. juga pengetahuan tentang manfaat produk, dan konsep dasar dalam bank syariah.

Selain pengetahuan, faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat memilih untuk menabung di bank syariah yaitu *Persepsi masyarakat*. Menurut teori Supiani, Fawza Rahmat dan Fajar Budiman (2021) hasil dari penelitian menyebutkan bahwa variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Menurutnya persepsi masyarakat yaitu kesan pada suatu objek yang didapat melalui proses penginderaan, organisasi dan interpretasi terhadap suatu objek. Gambaran yang diterima melalui proses penginderaan akan diorganisir kemudian akan di tafsirkan sehingga memunculkan makna bagi setiap individu.

Selain pengetahuan dan persepsi masyarakat yang dapat memengaruhi masyarakat untuk menabung di Bank syariah, terdapat juga *faktor religiusitas*. Religiusitas merupakan suatu keyakinan masyarakat dalam beragama. Menurut Ilham dan Firdaus (2019) Religiusitas merupakan bentuk hubungan antara manusia dengan pencipta melalui ajaran agama yang sudah menyatu dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari.

Menurut Suryadi dan Hayat (2021) memaparkan bahwa dalam kamus Al-Mawrid karya Ba'albaki (1993) religiusitas memiliki tiga makna, diantaranya : takwa, wara' dan tadayyun. Ketiga sikap ini di identik dengan sikap taat dalam melaksanakan perintah Allah dan

menjauhi larangannya. Sedangkan asosiasi psikologi internasional atau yang dikenal dengan *American Psychological Association* (2015) mendefinisikan religiusitas sebagai kualitas atau tingkat pengalaman religius seseorang. Tingkat komitmen religius terhadap agama yang mereka anut ditunjukkan oleh sikap dan perilaku yang konsisten atau dalam islam dikenal dengan istilah *istiqomah*.

Dalam teori Riset yang dilakukan oleh Glock dan Stark yang dimuat dalam Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Hidayat dan Kusuma (2017) memaparkan bahwa yang dimaksud dengan religiusitas yaitu suatu komitmen yang dapat dilihat oleh sikap dan perilaku setiap orang yang memiliki hubungan dengan keyakinan, kepercayaan dan agama. dalam penelitiannya ini juga disimpulkan bahwa religiusitas menjadi salahsatu faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menabung di Bank syariah. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnamawati dan Luqman (2021) yang menyimpulkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Perguruan tinggi negeri surabaya untuk menabung di bank syariah.

Dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk memilih menabung di Bank syariah, maka peneliti berkeinginan untuk meneliti ketiga faktor; pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas di bank syariah indonesia yang terletak di Kota Malang. Beberapa fokus data penelitian akan dilakukan pada Bank BRI Syariah yang saat ini masih memiliki nama di Bank Syariah Indonesia. Hal yang menjadi alasan

peneliti untuk memilih ketiga variabel tersebut yaitu setelah melakukan riset kecil di lingkungan sekitar dan sempat melakukan diskusi bersama dan mendapatkan banyak tanggapan dari para akademisi dan masyarakat lainnya yang belum percaya terhadap bank syariah dan konsep dasar bank syariah seperti prinsip riba yang di anggap bahwa di bank syariah sedikit banyak masih melaksanakan perilaku riba, rendahnya pengetahuan tentang pentingnya menabung di bank syariah, perbedaan dan keuntungan menabung di BSI dan religiusitas dimana mayoritas kota Malang dihuni oleh masyarakat yang beragama islam namun masih menginvestasikan asetnya di bank konvensional.

Penentuan lokasi dalam penelitian ini yaitu Bank BSI yang berfokus pada Bank BRI Syariah KC Malang yang terletak di jalan Soekarno Hatta dan sejak bulan Februari 2021 sudah *merger* menjadi Bank BSI. Terdapat 3 bank syariah yang merger menjadi satu dan berganti nama menjadi BSI yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Sehingga dalam penelitian ini mengambil objek penelitian pada bank BSI yang titik fokusnya pada bank BRI Syariah.

Sehingga mengetahui dan mengorek lebih dalam terkait Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank BSI sangat penting untuk diteliti, sehingga penulis membuat judul dalam penelitian ini yaitu : *“Pengaruh Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta”*

1.2 Rumusan Masalah

Berikut merupakan beberapa rumusan masalah yang penulis rumuskan untuk mencari jawaban yaitu:

1. Apakah pengetahuan memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia?
2. Apakah persepsi masyarakat memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia?
3. Apakah religiusitas memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia?
4. Apakah pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia.
2. Untuk mengetahui bahwa Persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia.
3. Untuk mengetahui bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia.

4. Untuk mengetahui bahwa pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia.

1.4 Manfaat penelitian

Sebagaimana tujuan dari penelitian diatas, hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat dalam beberapa aspek-aspek berikut :

1. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu terkait pengaruh pengetahuan tentang bank syariah, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah indonesia (studi kasus di kota Malang) , serta diharapkan menjadi suatu sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang secara teori juga saat ini dipelajari di lembaga-lembaga pendidikan seperti perguruan tinggi.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi suatu sarana yang memberikan manfaat dalam mempraktikkan ilmu dan pengetahuan dari penulis terkait pentingnya pengetahuan tentang bank syariah, persepsi yang timbul di masyarakat dan

religiusitas, dan memahami kondisi perkembangan bank syariah terlebih di Kota Malang.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi lebih dalam pengembangan teori dan sebagai salahsatu acuan dalam meneliti terkait pengetahuan bank syariah, persepsi masyarakat, religiusitas dan faktor lainnya bagi pihak yang ingin melanjutkan penelitian serupa.

c. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salahsatu bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pengelola bank syariah khususnya bank syariah yang tersebar di kota malang agar meningkatkan kembali sosialisasi dan memperhatikan betul manfaat dari pengetahuan masyarakat, persepsi yang muncul di masyarakat dan pengaruh religiusitas terhadap bank BSI yang ada sehingga masyarakat atau calon nasabah yang masih menginvestasikan asetnya di bank konvensional dapat memilih bank syariah sebagai tempat yang cocok dan layak bagi masyarakat dalam menginvestasikan atau menabung asetnya di bank BSI.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian terdahulu

Merujuk pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah, diantaranya sebagai berikut:

Supriyadi dan Hakim (2021) dengan judul "*pengaruh pengetahuan guru tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk tabungan BSI Sumenep*". Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data regresi sederhana. Variabel independennya yaitu pengetahuan guru tentang perbankan syariah, dan variabel dependennya yaitu minat memilih produk tabungan BSI Sumenep. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan sebesar 64,3% terhadap minat menabung guru di BSI Sumenep, sehingga semakin tinggi pengetahuan tentang perbankan syariah maka semakin tinggi juga minat menabung di BSI Sumenep.

Citrawati, Prakosa dan Basri (2021) dengan judul "*Pengaruh pengetahuan, promosi, produk dan reputasi terhadap minat menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul*". Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data regresi ganda. Variabel independennya yaitu pengetahuan, promosi, produk dan reputasi, dan variabel dependennya yaitu minat menabung di Tabungan tamansari BOR

Bantul. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan, promosi, produk dan reputasi secara simultan berpengaruh positif signifikan sebesar 46,2%, terhadap minat menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul. sehingga semakin tinggi dan semakin baik pengetahuan, promosi, produk dan reputasi maka minat menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul juga akan semakin tinggi.

Khairunnisa (2020) dengan judul penelitian "*Hubungan pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan Bank Syariah*". Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif asosiatif dengan teknik analisis korelasi berganda. Variabel independennya yaitu pengetahuan, religiusitas dan lingkungan sosial dan variabel dependennya yaitu minat menabung menggunakan Bank Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan, dan lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung menggunakan Bank syariah sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung menggunakan Bank syariah.

Supiani, Rahmat, dan Budiman (2021) dengan judul penelitian "*Pengaruh budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan menabung di Bank Syariah*". Metode penelitian yang digunakan yaitu *kualitatif explanatory research*. Variabel independennya yaitu budaya dan persepsi masyarakat, dan variabel dependennya yaitu keputusan menabung di Bank Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya dan persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Nagari KC Simpang Empat.

Zahra dan Suyanto (2019) dengan judul penelitian "*Analisis persepsi kualitas dan nilai di Bank Syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menabung (studi kasus di Jawa Barat)*". Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Variabel independennya yaitu persepsi kualitas dan nilai dan variabel dependennya yaitu keputusan menabung di Bank Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kualitas dan nilai berpengaruh positif signifikan sebesar 62,3% terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

Widowati dan Mustikawati (2018) dengan judul penelitian "*The Effect Of Saving products knowledge, bank reputation, and customers perception on deposit interest rate on the customer saving decision*". Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis Regresi sederhana dan Regresi Berganda. Variabel independennya yaitu pengetahuan produk tabungan, reputasi Bank dan Persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan dan variabel dependennya yaitu keputusan menabung di Bank Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan produk tabungan, reputasi Bank dan Persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan secara simultan berpengaruh positif signifikan sebesar 49,6% terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

Puji dan Hakim (2021) dengan judul penelitian "*Peran Gender sebagai variabel moderating pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah terhadap minat*

menabung bank syariah”. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis Permodelan Persamaan Struktural (SEM). Variabel independennya yaitu Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi keuangan, Religiusitas, dan inklusi keuangan syariah dan variabel dependennya yaitu minat menabung di Bank Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa Pembelajaran Perbankan Syariah, Religiusitas, dan inklusi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan sedangkan Literasi keuangan tidak berdampak signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Fauzi dan Murniawaty (2020) dengan judul penelitian “*Pengaruh Religiusitas dan Literasi keuangan syariah mahasiswa terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah*”. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif dan Regresi linier berganda. Variabel independennya yaitu Religiusitas dan Literasi keuangan syariah dan variabel dependennya yaitu minat menjadi nasabah di Bank Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa Religiusitas dan Literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh positif signifikan sebesar 25,3% terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

Asrul (2020) dengan judul penelitian “*Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank dan Perolehan informasi terhadap minat masyarakat kota pariaman untuk menabung di Bank Mandiri Syariah*”. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif asosiatif dengan teknik analisis Regresi linier berganda. Variabel independennya yaitu Religiusitas, Reputasi Bank dan

Perolehan Informasi dan variabel dependennya yaitu minat menabung di Bank Mandiri Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa Religiusitas, Reputasi Bank dan Perolehan Informasi secara simultan berpengaruh positif signifikan sebesar 70,0% terhadap minat menabung di Bank Mandiri Syariah di Kota Pariaman.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul/Tahun>Nama	Hasil Penelitian	Variabel	Sampel dan Metode
1	Pengaruh budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan menabung di Bank syariah/2021/Supiani, Fawza Rahmat dan Fajad Budiman.	Persepsi masyarakat secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank syariah	Independen : budaya dan persepsi masyarakat Dependen : Keputusan menabung di Bank syariah	Sampel sebanyak : 44 Responden Metode : Kuantitatif
2	Pengaruh Pengetahuan Guru tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan BSI Sumenep/2021/Ali dan Supriyadi.	Pengetahuan tentang Bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menabung di BSI Sumenep	Independen : pengetahuan tentang Bank syariah Dependen : minat menabung di BSI Sumenep	Sampel sebanyak : 30 Responden Metode : Kuantitatif
3	Peran Gender sebagai variabel moderating pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah terhadap minat menabung bank syariah/2021/Purnamaw	Religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menabung di Bank syariah.	Independen : literasi keuangan syariah, religiusitas dan inklusi keuangan syariah. Dependen :	Sampel sebanyak : 100 Responden Metode : Kuantitatif

	ati dan Luqman.		minat menabung di Bank syariah	
4	<i>The Influence Of Religiosity and self efficacy on the saving behavior of the islamic Bank/2017/Nugroho, Hidayat dan Kusuma.</i>	Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di Bank syariah.	Independen : Religiusitas Dependen : minat menabung di Bank Umum syariah	Sampel sebanyak : 220 Responden Metode : Kuantitatif
5	<i>Brand religiosity aura and brand loyalty in Indonesia Islamic banking/2017/Sri Wahyuni</i>	Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank syariah.	Independen : Religiusitas dan merek Dependen : loyalitas dan minat menabung di Bank syariah	Sampel sebanyak : 277 Responden Metode : Kuantitatif
6	<i>Consumer attitudes and purchase intentions toward islamic banks: the influence of religiosity/2015/Nizar dan Marzouki</i>	Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk membeli atau menggunakan produk bank syariah.	Independen : Religiusitas Dependen : Sikap konsumen dan niat membeli di Bank syariah.	Sampel sebanyak : 217 Responden Metode : Kuantitatif
7	Pengaruh budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan	Persepsi masyarakat memiliki	Independen : Pengaruh budaya dan	Sampel sebanyak : 44

	menabung di Bank syariah/2021/Supiani, Rahmat dan Budiman.	pengaruh terhadap keputusan menabung di Bank syariah	persepsi masyarakat Dependen : keputusan menabung di Bank syariah	Responden Metode : Kuantitatif
8	Pengaruh persepsi masyarakat batam tentang Bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah/2017/Imran dan Bambang	Pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah	Independen : persepsi masyarakat Dependen : minat menggunakan produk bank syariah	Sampel sebanyak : 100 Responden Metode : Kuantitatif
9	<i>The Effect Of Saving products knowledge, bank reputation, and cutomers perception on deposit interest rate on the customer saving decision/2018/Ayun dan Indah</i>	Pengetahuan masyarakat dan persepsi nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah di bank syariah	Independen : pengetahuan produk tabungan, reputasi bank dan persepsi nasabah Dependen : keputusan menabung di Bank syariah	Sampel sebanyak : 80 Responden Metode : Kuantitatif
10	Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri	Pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap minat	Independen : pengetahuan bank syariah	Sampel sebanyak : 100 Responden

	dan guru/2016/Maskur dan Saidiah	menabung Santri dan guru terhadap bank syariah	Dependen : minat menabung di Bank syariah	Metode : Kuantitatif
11	Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta/2022/Hidayat	Pengetahuan dan Persepsi Masyarakat tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Masyarakat Menabung di BSI KC Malang. Sedangkan Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di BSI KC Malang	Independen : pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas Dependen : minat menabung di Bank syariah Indonesia	Sampel sebanyak : 120 Responden Metode : Kuantitatif

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pengetahuan

a. Definisi pengetahuan

Pengetahuan merupakan segala hal yang diperoleh oleh manusia melalui pemikiran akalnya sendiri. Setiap individu memiliki pengetahuan yang berbeda baik pengetahuan tentang suatu produk, lingkungan sosial, dan sebagainya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengetahuan diartikan sebagai segala hal yang diketahui, kepandaian atau segala sesuatu yang berkaitan dengan mata pelajaran.

Menurut Cindhy (2018) dalam penelitiannya memaparkan bahwa yang dimaksud dengan pengetahuan yaitu output yang diperoleh dari alat indera pendengaran, penglihatan, penciuman, raba dan rasa terhadap suatu objek. Pengetahuan tersebut muncul melalui proses penginderaan sehingga manusia dengan beberapa indera yang dimilikinya akan memperoleh pengetahuan atas suatu objek tertentu.

Begitu juga menurut Maskur dan Saidah (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pengetahuan merupakan suatu informasi yang telah diproses dan diorganisasikan agar mendapatkan suatu pemahaman, pembelajaran dan pengalaman atas suatu hal sehingga dapat diinterpretasikan pada masalah tertentu. Pengetahuan ini dapat diperoleh ketika manusia menggunakan akalnya untuk mengumpulkan informasi tentang suatu peristiwa tertentu yang sebelumnya belum pernah dirasakan.

Menurut Nata (2018) dalam pandangan islam, Pengetahuan diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui namun belum disusun secara sistematis dan belum diuji kebenarannya dalam metode ilmiah dan belum dinyatakan valid dan shahih. Idealnya pengetahuan merupakan alat untuk mencapai kebahagiaan hidup manusia, salahsatunya dengan tidak boleh berat sebelah dan harus berperilaku adil. Sebagaimana firman Allah dalam (QS. Al-Qashas [28] : 77),

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya :

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuatlah baik (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (QS. Al-Qashas [28]: 77)

Umumnya pengetahuan memiliki prediksi atas sesuatu yang dihasilkan oleh pengenalan atas suatu bentuk pola tertentu. Ketika manusia mendapatkan suatu informasi atau data maka ia akan bingung, namun melalui pengetahuan data dan informasi tersebut akan mudah dipahami oleh siapapun. Sejatinya memang setiap manusia memiliki kapasitas akal yang tidak sama, namun tidak dapat dipungkiri bahwa kuasa Allah SWT sungguh nyata dengan memberikan akal pikiran kepada manusia untuk digunakan berpikir karena hal paling mendasar yang membedakan manusia dengan

mahluk lainnya yaitu akal pikirannya. Dengan akal pikiran yang ada, manusia akan mendapatkan pengetahuan melalui proses pengalaman masing-masing, hal ini dapat terjadi atas rasa ingin tahu manusia yang tidak pernah habis atas suatu hal sehingga ia akan terus berkembang sesuai dengan perubahan zaman. Pengetahuan tersebut bisa melalui proses pembelajaran atau pengalaman sehari-hari sehingga secara sekaligus hasil dari pengetahuan ini akan memberikan manfaat yang besar dalam kehidupannya.

b. Pengukuran Pengetahuan

Menurut Soekidjo dalam Maskur dan Saidah (2016) pengetahuan dapat dibedakan dalam 3 hal yakni :

1. Pengetahuan faktual

Dalam pengetahuan ini didalamnya memuat kesepakatan elemen-elemen dasar yang berupa simbol atau istilah dengan tujuan memudahkan proses pembicaraan tentang suatu disiplin ilmu atau mata pelajaran. Dalam pengetahuan faktual, aspek-aspek yang dimuat yaitu aspek pengetahuan istilah, khusus dan elemen yang berkaitan dengan pengetahuan atas suatu peristiwa, lokasi, tanggal, orang, sumber informasi dan lain-lain.

2. Pengetahuan Konseptual

Pada pengetahuan konseptual yang dimuat didalamnya yaitu suatu ide atas suatu ilmu yang

menstimulus orang untuk mengkategorikan suatu objek. Pengetahuan konseptual terdiri dari beberapa prinsip didalamnya yaitu hukum, rumus, atau teorema yang saling sistematis dan tersusun dengan baik. Pengetahuan konseptual terbagi atas pengetahuan klasifikasi dan pengetahuan kategori, pengetahuan dasar dan pengetahuan umum, pengetahuan model, teori dan struktur.

3. Pengetahuan prosedural

Pengetahuan prosedural merupakan pengetahuan yang membahas tentang urutan langkah-langkah untuk melakukan sesuatu. Dalam pengetahuan ini yang dimuat didalamnya yaitu pengetahuan dari umum ke khusus dan algoritma, pengetahuan suatu metode dan teknik tertentu dan pengetahuan kriteria yang digunakan untuk menentukan bagaimana cara menggunakan prosedur yang tepat.

c. Indikator Pengetahuan

Selain beberapa pengukuran menurut Soekidjo dalam penelitian Maskur dan Saidah, terdapat pula beberapa indikator atas suatu pengetahuan menurut Maskur dan Saidah (2016), karena dengan pengetahuan yang dimilikinya seseorang akan mendapat informasi baru kemudian mempertimbangkan dan membuat keputusan. Sehingga untuk memunculkan minat seseorang untuk menabung maka pengetahuan akan mempengaruhi seseorang untuk

menggunakan produk tabungan di bank syariah. Beberapa jenis pengetahuan yang dimaksud yaitu :

1. Pengetahuan atas karakteristik atau atribut produk

Seorang nasabah memilih suatu produk dengan melihat karakteristik atribut dari produk tersebut. Bagi nasabah memperhatikan karakteristik dari produk yang ditawarkan merupakan hal yang penting, ketika nasabah berkeinginan untuk menginvestasikan aset atau uangnya maka ia akan mencari tahu terlebih dahulu jenis investasi yang diberikan, jangka waktu investasi, nisbah bagi hasil, bonus dan sebagainya.

2. Pengetahuan atas manfaat produk

Nasabah memilih berinvestasi atau menabung di Bank syariah karena telah mengetahui manfaat yang akan ia peroleh, yakni ia akan terhindar dari perbuatan dzalim seperti praktek riba yang sudah digunakan sejak dahulu hingga saat ini oleh bank konvensional. Karena pengetahuan keagamaan juga ia mengerti dampak buruk dari riba selain berdampak buruk di dunia begitu juga akan berdampak buruk di akhirat.

3. Pengetahuan atas kepuasan dari suatu produk

Nasabah dapat merasa puas atas suatu produk ketika ia sudah menggunakan produk tersebut. Agar produk yang ia peroleh memberikan kepuasan yang maksimal, maka

nasabah harus menggunakan produk tersebut dengan benar. Kepuasan atas suatu produk juga dapat diketahui melalui pengalaman teman, kerabat atau keluarga yang pernah menggunakan produk tersebut.

4. Pengetahuan atas konsep dasar dalam Bank syariah

Sekumpulan ide yang sempurna dan bermakna yang berupa abstrak, entitas mental yang diterapkan secara merata sehingga memberikan arti dari sejumlah objek yang memiliki karakter sama kemudian membentuk suatu kesatuan atas suatu hal yang dirumuskan.

d. Faktor-faktor Pengetahuan

Terdapat beberapa faktor pengetahuan yang dapat diperoleh oleh setiap orang. Sebagaimana menurut Notoatmodjo dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurbaiti, Supaino dan Fadhilah (2020), antara lain yaitu :

1. Pendidikan

Pendidikan diartikan sebagai suatu proses kemampuan pola pikir seseorang yang semakin mengalami perkembangan dengan luasnya wawasan yang ia miliki melalui pengetahuan, sehingga akan selalu mempertimbangkan umur dan proses belajar

2. Media Massa

Media massa, media cetak atau media elektronik merupakan media yang selalu menyajikan informasi yang

luas. Dengan media massa maka sebagian orang dapat dipengaruhi dan dengan pengetahuan yang dimiliki

3. Pendapatan

Status ekonomi menjadi tolak ukur pendapatan setiap orang. Semakin baik status ekonomi seseorang maka kebutuhan hidupnya akan semakin mudah tercukupi daripada seseorang yang status ekonominya rendah. Sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap pendapatan mereka, dan akan berpengaruh terhadap kemudahan mendapat pengetahuan

4. Hubungan Sosial

Hubungan sosial yang baik akan berpengaruh terhadap pengetahuan yang akan diperoleh oleh seseorang. Hubungan sosial merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi, dan kemudian ia akan mendapatkan pengetahuan baru dari hasil interaksi tersebut.

5. Pengalaman

Pengalaman adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang untuk menghasilkan suatu solusi dalam memecahkan masalah dan sumber untuk memperoleh kebenaran dalam pengalaman yaitu Pengetahuan.

e. Tingkatan dalam Pengetahuan

Selain memiliki indikator dan Faktor yang mempengaruhi, Pengetahuan juga memiliki beberapa tingkatan didalamnya. Menurut Wawan dan dewi dalam penelitian yang dilakukan oleh Tita, Agus dan Rahmad (2019) Pengetahuan memiliki beberapa tingkatan yaitu :

1. Mengetahui (*Know*)

Mengingat suatu materi yang telah dipelajari.

Mengetahui merupakan pengetahuan paling dasar

2. Memahami (*Comprehension*)

Suatu kemampuan yang dimiliki untuk menjelaskan tentang sesuatu yang diketahui secara benar sehingga penjelasan yang disampaikan membuat orang lain paham dan dapat menjelaskan kembali, memberi contoh atau menyimpulkan objek.

3. Aplikasi (*Aplication*)

Suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang didapatkan untuk menghadapi situasi dan kondisi yang berkaitan dengan hukum-hukum, prinsip, rumus dan sebagainya.

4. Analisis (*Analysis*)

Suatu kemampuan untuk menyampaikan sebuah materi kedalam komponen-komponen yang masih memiliki hubungan atau keterkaitan satu sama lain.

5. Sisntesis (*Syntesis*)

Suatu kemampuan untuk mengkoneksikan bagian-bagian atau komponen kedalam formulasi yang baru.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Suatu kemampuan untuk menilai materi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh dirinya sendiri atau yang telah ada sebelumnya.

f. Perspektif Pengetahuan

Perspektif pengetahuan sangat beragam tergantung siap yang berpendapat. Namun jika merujuk kepada perspektif Nurul Indarti dalam Tita, Agus dan Rahmad (2019) Pengetahuan dapat dilihat dalam 5 Perspektif yaitu :

1. Pengetahuan sebagai suatu kondisi pikiran

Pengetahuan dilukiskan sebagai suatu kondisi atau fakta dari hasil mengetahui. Titik berat dalam pengetahuan ini yaitu awtiap individu harus mampu mengembangkan pengetahuan individu mereka dan menginterpretasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Pengetahuan sebagai suatu objek

Pada perspektif ini, Pengetahuan di artikan sebagai sesuatu yang dapat disimpan bahkan di manipulasi. Contohnya disimpan didalam buku catatan, dokumen dan sebagainya.

3. Pengetahuan sebagai suatu proses

Perspektif ini memaknai Pengetahuan yang menitik beratkan terhadap aplikasi pengetahuan, karena dengan pengetahuan seseorang dapat melakukan tindakan.

4. Pengetahuan sebagai kondisi untuk memperoleh pengetahuan

Dalam Perspektif ini, Pengetahuan di anggap sebagai suatu kondisi dimana informasi yang ada dapat di akses.

5. Pengetahuan sebagai suatu kapasitas

Dalam hal ini pengetahuan dianggap mampu secara potensial untuk mempengaruhi suatu tindakan dimasa mendatang baik mampu dalam menggunakan informasi, pembelajaran atau pengalaman yang mendorong seseorang agar mampu menginterpretasikan dan menemukan informasi dalam membuat keputusan.

Dari beberapa pemaparan pengetahuan di atas maka penting diketahui bahwa Masyarakat Kota Malang merupakan masyarakat yang mayoritas beragama Muslim, sehingga sedikit banyak mereka akan mengerti betapa pentingnya pengetahuan, terutama pengetahuan tentang Produk dan Bank syariah. Namun meski dari mereka sudah banyak belajar dan mendengar tentang Bank syariah, masih banyak masyarakat yang belum beralih ke Bank Syariah karena secara umum mereka belum mengerti betul konsep, manfaat dan keuntungan menabung di Bank Syariah. Pengetahuan di

anggap penting dan dapat berpengaruh terhadap masyarakat yang diberi penawaran atas suatu produk. Sehingga jika pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang perbankan syariah semakin baik maka minat untuk menjadi nasabah di Bank syariah juga akan muncul, begitu pula sebaliknya jika pengetahuan masyarakat tentang Perbankan syariah terbatas maka masyarakat akan muncul persepsi yang kurang baik pada Perbankan syariah.

2.2.2 Persepsi Masyarakat

a. Definisi Persepsi

Persepsi merupakan perasaan psikologis yang bisa terjadi kapan saja bagi setiap orang. Setiap orang memiliki indera untuk membantunya mengenali dan mengetahui setiap objek, dari proses konstruktif yang di alami oleh siapapun.

Menurut Hasan dalam Jalilah dan Yasir (2017) mengartikan Persepsi sebagai suatu proses yang dilakukan oleh setiap individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi informasi yang dapat menciptakan gambaran dari suatu objek yang bersifat personal, memiliki arti khusus, dapat dirasakan melalui perhatian baik secara selektif, distorsi atau retensi. Persepsi yang timbul di masyarakat terkait Bank syariah berbeda-beda, sebagian percaya dan paham tentang konsep dasar Bank syariah dan kelebihanannya bertransaksi dengan perbankan syariah. Namun bagi sebagian orang, Bank syariah masih dianggap tidak jauh berbeda dari bank

konvensional sehingga minat kelompok ini untuk menabung di bank syariah masih belum muncul akibat persepsi tersebut.

Dalam pandangan islam, persepsi diartikan sebagai fungsi psikis manusia yang menjadi perantara pemahaman atas peristiwa dan realita didalam kehidupan melalui penginderaan fisik atau non fisik. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Fusshilat (53)

سُرِّيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْأَفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ
أَنَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ

Artinya :

“kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) kami disegala wilayah bumi dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bagi mereka bahwa Al-Qur’an itu adalah benar. Tiadakah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu.”

Dari ayat diatas maka dapat ditafsirkan bahwa Allah menunjukkan kepada manusia diantara benda-benda yang ada dilangit dan dibumi agar manusia berpikir dan percaya atas kekuasaannya. Namun karena persepsi dari manusia berbeda sehingga masih saja terdapat manusia yang ingkar atas kekuasaannya.

Sedangkan menurut Supiani, Rahmat dan Budiman (2021) yang dimaksud dengan persepsi yaitu suatu tindakan menyusun, mengenali, menafsirkan suatu informasi dan menilai sesuatu yang di amati dengan menggunakan indera dan pemahaman atas karakter yang dimiliki sehingga muncul keanekaragaman gambaran dan pemahaman terhadap lingkungan. Tindakan ini juga dapat terjadi

kepada siapa saja yang sedang mendapatkan informasi seperti informasi produk, konsep dasar, bonus, nisbah bagi hasil dan sebagainya dalam bank syariah, pada akhirnya seseorang akan menilai dengan akal pikirannya dan membentuk persepsi terhadap komponen informasi yang ia peroleh.

Persepsi setiap individu dapat muncul akibat pengalaman yang didapat baik pengalaman atas suatu hal yang dilakukan sendiri atau pengalaman dari orang lain. Dari pengalaman ini seseorang akan membentuk pola pikir yang bergeser menjadi opini dan di asumsikan sehingga menjadi kesimpulan atas sesuatu yang ia alami.

b. Faktor-Faktor Persepsi

Persepsi dapat terjadi akibat dari berbagai faktor seperti pengalaman atas suatu peristiwa. Namun selain melalui pengalaman, ada faktor-faktor lain yang dapat memunculkan persepsi seseorang. Banyak sekali faktor yang mendasari terbentuknya suatu persepsi.

Menurut Toha dalam penelitian yang dilakukan oleh Moegiri (2016) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi setiap individu antara lain:

1. Faktor Internal

Yang termasuk didalam faktor internal meliputi; sikap, perasaan, kepribadian, prasangka, keinginan atau

harapan, fokus, proses pembelajaran, kondisi fisik, gangguan jiwa, nilai dan kebutuhan.

2. Faktor Eksternal

Yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi setiap orang meliputi; latar belakang keluarga, informasi yang didapat, pengetahuan dan kebutuhan, intensitas, keberlawanan, ukuran, pengetahuan, pengulangan gerak, hal baru atau ketidakasingan atas suatu objek.

Sedangkan menurut Rahmad dalam penelitian yang sama menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu: *Fungsional, Sikap, Pendidikan/pengetahuan, Kepercayaan, Ekonomi.*

Adapun syarat-syarat terjadinya suatu persepsi masyarakat menurut sunaryo dalam Rusdianto dan Ibrahim (2016) meliputi;

1. Adanya objek yang akan dipersepsi
2. Adanya perhatian perhatian dari seseorang sebagai persiapan awal dalam mengadakan persepsi
3. Adanya alat indera
4. Saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan

Dari syarat-syarat tersebut maka sudah seharusnya semua harus dimiliki agar persepsi dapat tercipta. Secara sistematis ke empat syarat tersebut harus terpenuhi. Beberapa persepsi yang timbul di masyarakat sangat beragam baik dari segi sikap dan perilaku

terhadap keberadaan bank syariah karena dari awal sudah di dominasi oleh bank konvensional. Beragamnya persepsi masyarakat ini yang menjadi ketertarikan peneliti untuk mencari informasi lebih mendalam tentang persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

Kota Malang merupakan salahsatu kota yang memiliki Bank syariah lumayan banyak, sesuai data yang diposting oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang Perbankan syariah yang beroperasi di Kota Malang sebanyak 17 sehingga dari banyaknya bank syariah yang tersebar di Kota Malang ini masih banyak ditemui masyarakat yang statusnya memang islam namun tidak menggunakan jasa keuangan syariah.

Persepsi dapat berbentuk positif dan juga dapat berbentuk negatif. Biasanya persepsi positif digambarkan dengan tahu atau tidaknya seseorang dan tanggapan atas suatu hal yang dilanjutkan dan diupayakan agar bermanfaat. Sedangkan Persepsi negatif biasanya digambarkan dengan tahu atau tidaknya seseorang atas suatu hal dan tanggapan yang ia berikan tidak sejalan dengan objek yang ia persepsikan.

Dalam bank syariah, menurut Imran dan Hendrawan (2017) Persepsi yang muncul di masyarakat dapat berupa persepsi bunga bank, persepsi tentang sistem bagi hasil dan persepsi tentang pengetahuan atas suatu produk Bank syariah. Sedangkan menurut Zahra dan Suyanto (2019) persepsi yang muncul dimasyarakat dapat berupa persepsi atas kualitas baik kualitas pelayanan dan

sebagainya, dan selanjutnya persepsi atas nilai, yakni nilai yang dirasakan akibat keuntungan yang diterima nasabah lain. Beberapa persepsi yang masih negatif di masyarakat terhadap bank syariah dapat diperbaiki dengan melalui sosialisasi dan pemahaman terhadap masyarakat secara meluas terkait persepsi yang hingga saat ini belum dipahami secara betul oleh masyarakat terutama muslim.

2.2.3 Religiusitas

Religiusitas dalam islam yaitu kegiatan menjalankan tanggungjawab atas ajaran agama secara menyeluruh. Sebagai penganut keyakinan terhadap agama islam, maka sudah semestinya mengikuti segala ajaran yang diperintahkan didalamnya dengan meninggalkan segala bentuk larangan dan menjalankan segala bentuk perintah dari pemilik agama.

Sebagaimana Firman Allah swt dalam kitab Al-Qur'an surah Al-Baqarah : 208 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kalian kedalam islam keseluruhan, dan janganlah kalian menuruti langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. Jika dimaknai secara logis, maksud dari ayat ini yaitu orang islam harus taat dalam meyakini suatu agama dengan ditunjukkan melalui sikap, perilaku dan bertindak sesuai ajaran agama.”

Menurut Teori Riset yang dilakukan oleh Glock dan Stark yang dimuat dalam Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Hidayat dan Kusuma (2017) memaparkan bahwa yang dimaksud dengan religiusitas yaitu suatu komitmen yang dapat dilihat oleh sikap dan perilaku setiap orang yang memiliki hubungan dengan keyakinan, kepercayaan dan agama. Religiusitas tidak selalu berwujud ibadah seperti sholat namun juga berupa kegiatan yang dapat dilihat dmata dan yang ada di hati.

Religiusitas dapat mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan ajaran agamanya masing-masing dan tentunya setiap agama memiliki ajaran yang berbeda. Namun salahsatu hal yang sama dalam ajaran agama yaitu larangan riba, didalam islam dan agama lain perilaku riba dilarang karena dapat merugikan orang lain dan diri sendiri, namun dalam praktek dilapangan riba masih berjalan sebagaimana yang saat ini ditemui di bank-bank konvensional.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Indri (2020), dalam riset yang ia lakukan Religiusitas memiliki pengaruh terhadap masyarakat sehingga berminat untuk menjadi nasabah di Bank syariah. Menurut mereka, religiusitas merupakan aktifitas dalam keyakinan beragama yang tidak hanya terjadi ketika melakukan ritual ibadah saja namun juga ketika melakukan aktifitas lain dan hal ini terjadi karena didorong oleh kekuatan supranatural.

Tingkat keyakinan seseorang yang beragama bisa menjadi penentu sikap dan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari. Biasanya religiusitas memiliki nilai hukum dan menjalani ketaatan yang berhubungan dengan keyakinan seseorang.

Masyarakat yang keyakinannya begitu kuat akan selalu mengikuti apa yang diperintah oleh agamanya. Namun karena kurangnya ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat sehingga membuatnya tidak tahu, tindakan apa yang harus dilakukan. Masyarakat di Kota Malang sejauh ini masih belum memahami dan mengetahui manfaat, kelebihan dan tujuan utama dibentuknya sistem Perbankan syariah. Padahal bagi mereka mengikuti ajaran agama seperti menghindari perilaku riba yang dapat merugikan dirinya akan dilakukan ketika mereka mengetahui manfaat dan risikonya.

Sebagaimana yang telah dibahas di awal bahwa masyarakat Kota Malang mayoritas dihuni oleh masyarakat Muslim. Namun dari sebagian besar umat Islam yang ada di kota ini masih belum mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya menggunakan jasa Perbankan syariah. Pengetahuan masyarakat tentang fiqih, aqidah dan pelajaran agama sudah menjadi makanan sejak dini. Namun keyakinan untuk menabung di bank syariah belum sepenuhnya dimiliki, selain karena tingkat pengetahuan yang rendah tentang bank syariah, mereka juga belum meyakini jika bank syariah terbebas dari perilaku riba. Keyakinan inilah yang disebut

religiusitas sehingga menjadi tantangan besar bagi perbankan syariah untuk mengubah keyakinan masyarakat yang tidak percaya terhadap bank syariah agar bisa percaya dan memilih bank syariah sebagai satu-satunya bank yang terpercaya dan menghindari perilaku riba yang dilarang agama.

Hal yang menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti variabel religiusitas menjadi variabel yang berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah yaitu banyaknya pesantren, lembaga pendidikan islam, tokoh agama yang mengerti betul tentang larangan dan perintah agama, dan perguruan tinggi yang bahkan memiliki jurusan perbankan syariah seperti uin malang dan sebagainya, namun belum menggunakan perbankan syariah sebagai pilihan masyarakat luas untuk menabung atau menginvestasikan uang dan asetnya. Padahal kondisi seperti ini juga menjadi kesempatan bagia Perbankan syariah yang tersebar di Kota Malang untuk melebarkan sayapnya mencari nasabah agar memilih bank syariah sebagai satu-satunya lembaga yang dapat membantu masyarakat agar terhindar dari perilaku-perilaku dzalim seperti riba.

Menurut Glock dan Stark dalam Asrul (2020) Religiusitas memiliki beberapa dimensi, antara lain :

1. Ideologis
2. Ritualistik (praktek)
3. Eksperensial (Pengalaman)

4. Intelektual (Pengetahuan)
5. Konsekuensi (Pengamalan)

Jika di ukur dengan lima dimensi yang disebutkan di atas, maka secara eksplisit dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas setiap orang tidak sama. Ada yang tingkat religiusitasnya dalam beragama tinggi dan juga ada yang rendah. Bisa jadi rendahnya masyarakat yang menabung di bank syariah karena tingkat religiusitasnya juga rendah. Berbeda dengan orang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi, ia akan selalu berkomitmen untuk melakukan apapun sesuai dengan ajaran yang ia terima didalam agamanya seperti islam, maka orang akan memilih bank syariah sebagai lembaga intermediasi yang menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan syariat islam.

2.2.4 Minat Menabung

a. Definisi Minat Menabung

Minat merupakan sebuah perasaan atas kesukaan, perhatian terhadap apa yang di inginkan. Setiap orang memiliki minat atas setiap sesuatu yang ia inginkan dan ia mau. Minat dapat terjadi ketika seseorang merasa tertarik terhadap suatu hal dan ini merupakan bagian dari aspek kejiwaan.

Menurut KBBI (kamus besar bahasa indonesia) minat di artikan sebagai suatu kecenderungan hati atas suatu gairah atau keinginan. Minat seseorang terhadap sesuatu biasanya disertai keinginan dari

orang tersebut untuk mengetahui dan mempelajari kemudian membuktikan tentang objek yang ia inginkan.

Menurut Iskandarwasid dan Sunendar dalam Astuti, Masitoh dan Siddi (2020) mendefinisikan minat sebagai salahsatu faktor yang muncul dan mempengaruhi calon nasabah dalam menabung.

Sedangkan menurut kotler dalam (2020) minat menabung digambarkan sebagai suatu keadaan seseorang sebelum melakukan tindakan untuk memprediksi atas tindakan yang akan ia lakukan. Ia berasumsi bahwa minat dapat muncul sebagai respon atas keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap suatu objek.

Menabung di artikan sebagai suatu tindakan yang dalam islam pun bahkan di anjurkan, karena pada hakikatnya seorang muslim yang menabung dapat mempersiapkan dirinya untuk keperluan dimasa yang akan mendatang. Aktivitas menabung dalam islam tercantum dalam QS. Yusuf (47-48) yaitu :

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَائِبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ
ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ هُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ

Artinya :

“Dia (yusuf) berkata, agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasanya; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan ditangkainya sedikit untuk kamu makan. Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapi (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan.”

Menurut Asnaini dan Yustati (2017) Tabungan dapat ditarik kapan saja sesuai keinginan nasabah, namun tabungan tidak bisa ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro atau apapun yang disamakan dengan itu.

Menurut Astuti, Masitoh dan Siddi (2020) minat menabung merupakan keinginan yang timbul kepada siapa saja tanpa didasari paksaan oleh orang lain untuk menginvestasikan uang yang ia miliki.

Terdapat dua akad dalam tabungan bank syariah. Akad yang pertama yaitu akad wadiah yaitu akad dimana nasabah dalam hal ini menitipkan uangnya kepada bank syariah, titipan ini dapat melalui giro atau tabungan dan bank syariah tidak berhak untuk menggunakan uang tersebut karena prinsipnya hanya titipan. Bank syariah hanya berkewajiban untuk menjaga dan mengembalikan uang tersebut kapan saja sesuai dengan keinginan nasabah.

Menurut Ifham (2015) Wadiah merupakan akad penitipan barang atau uang yang dipercayakan kepada pihak lain dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan dan keutuhan barang atau uang. Terdapat dua jenis wadiah, yaitu *Wadiah yad al-amanah* (kepercayaan) dan *Wadiah yad ad-dhamanah* (simpanan yang dijamin).

Sedangkan yang kedua yaitu akad mudharabah dalam hal ini merupakan prinsip kerjasama antara Bank syariah dengan nasabah. Dalam akad ini, Bank syariah berhak untuk mengelola tabungan

nasabah tersebut seperti digunakan untuk usaha yang menguntungkan dan pemilik dana (nasabah) tidak diperkenankan untuk mencampuri pengelolaan yang dilakukan oleh Bank syariah, namun ketika Bank syariah mendapatkan keuntungan maka nasabah akan diberikan keuntungan pula sesuai dengan kesepakatan di awal dan dalam hal ini Bank syariah berhak menentukan nisbah bagi hasil karena jika terdapat kerugian maka yang bertanggungjawab adalah Bank syariah.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya minat seseorang yakni; *Pertama*, dari dalam diri yang bersangkutan seperti halnya bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, rasa mampu, kepribadian). *Kedua*, Berasal dari luar meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan masyarakat sekitar. *Ketiga*, kebudayaan. *Keempat*, sikap dan kepercayaan. *Kelima*, motivasi.

Menurut Crow dalam Tita, Agus dan Rahmad (2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi suatu minat, yaitu :

1. Dorongan dari dalam individu

Dorongan disini dicontohkan dengan dorongan untuk makan. Maka seseorang akan berusaha dan bekerja untuk mendapat penghasilan atau memproduksi makanan.

2. Motif sosial

Minat dapat muncul akibat lingkungan sekitar seperti tetangga, teman atau saudara.

3. Emosional

Minat juga muncul karena berhubungan erat dengan emosional yakni keinginan sesaat yang dapat terjadi pada seseorang.

2.2.5 Bank Syariah

a. Definisi Bank Syariah

Bank syariah adalah Bank yang dalam aktivitasnya meninggalkan sistem riba atau bunga. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan riba. Bank syariah atau juga disebut sebagai bank islam merupakan sebuah lembaga keuangan syariah yang dalam aktivitas pokoknya memberikan jasa pembiayaan, tabungan syariah atau jasa-jasa dalam lalu lintas transaksi lainnya yang berpedoman pada prinsip syariah islam dan mengacu pada kaidah-kaidah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist.

Rivai dkk., (2013) islamic bank yaitu *“a company which carries on bank islam business. Bank islam business means banking bussiness whose aims and operations do not involve any element wich is not approved by religions of islam...”*-Bank islam act,1983.

Sedangkan Menurut Rachmadi dalam (2019) Bank syariah didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali

ke masyarakat dalam bentuk kredit/pembiayaan dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka menaikkan taraf hidup masyarakat.

Jika mengacu pada undang-undang perbankan Nomor. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa bank yang menggunakan prinsip syariah maka di dalamnya diberlakukan akad atau perjanjian yang berdasar pada hukum-hukum yang ada dalam islam baik antara pihak bank atau pihak nasabah dalam transaksi *funding* atau *Lending* atau usaha lain yang di nyatakan dengan syariah, maka di dalamnya terdapat beberapa akad yaitu *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *ijarah* dan *ijarah wa iqtina*.

Dalam Undang-undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan islam yang beroperasi sesuai dengan syariah islam. Terdapat beberapa prinsip bank syariah menurut Rivai dkk., (2013) yaitu :

1. Pencegahan terhadap riba (bunga)
2. Pelarangan atas perilaku gharar (ketidakpastian, resiko dan spekulasi)
3. Fokus pada aktivitas yang halal

4. Lebih mengutamakan keadilan serta etika dan tujuan agama.

Prinsip-prinsip diatas sesuai dengan firman Allah yang mengharamkan Perilaku riba dalam transaksi apapun. Sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah (2:279) yang berbunyi:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya :

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan rasulnya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”

b. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah memiliki kesamaan dengan Bank Konvensional selain sebagai lembaga intermediasi, antara bank syariah dan bank konvensional juga sama-sama mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat dalam lalu lintas keuangan. Dari persamaan-persamaan tersebut, keduanya juga memiliki banyak perbedaan baik dalam sistem balas jasa antara bank dengan nasabah atau dalam citranya di masyarakat. Berikut tabel tentang beberapa yang menjadi perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional ;

Tabel 2.2
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Transaksi Investasi yang halal	Transaksi Investasi yang halal dan haram

2	Berpatokan pada nisbah bagi hasil, sewa atau jual beli	Berpatokan pada margin bunga
3	Berorientasi pada keuntungan dan falah (kesejahteraan)	Berorientasi pada keuntungan
4	Hubungan yang terjalin antara bank dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan yang terjalin antara bank dengan nasabah dalam bentuk debitur dan kreditur
5	Funding dan Lending harus merujuk dan sesuai dengan Fatwa Dewan pengawas Syariah	Funding dan Lending sesuai dengan Bank indonesia dan tidak terdapat dewan sejenis

Sumber : Sholahuddin (2006)

Menurut Machmud dan Rukmana (2010) perbedaan pokok antara Bank syariah dan Bank konvensional yaitu :

1. Falsafah

Bank syariah tidak berdasarkan pada bunga, spekulasi dan ketidakjelasan.

2. Operasional

Dana masyarakat berupa titipan dan investasi baru akan memperoleh hasil jika diusahakan terlebih dahulu. Sedangkan Bank konvensional berupa simpanan yang bunganya harus dibayar saat jatuh tempo.

3. Sosial

Aspek sosial secara eksplisit dan tegas tercantum dalam visi misi yang dibawanya, sedangkan Bank konvensional tidak tersirat dengan tegas

4. Organisasi

Bank syariah harus memiliki Dewan Pengawas syariah (DPS). Sedangkan Bank Konvensional tidak memiliki DPS.

Selain dari aspek tersebut, terdapat 4 aspek lain yang membedakan Bank Konvensional dan Syariah yaitu : *Akad dan aspek Legalitas, Lembaga penyelesai sengketa, Struktur organisasi, Bisnis dan usaha yang di biayai, Lingkungan dan budaya kerja.*

c. Tujuan Bank Syariah

Bank Syariah memiliki beberapa tujuan yang berbeda dari tujuan yang terdapat dalam bank konvensional. Tujuan tersebut cakupannya lebih luas dibandingkan dengan tujuan yang dimiliki oleh bank konvensional. Jika salah satu tujuan bank konvensional adalah untuk mencari keuntungan semata, maka tujuan bank syariah berbeda dari itu karena bank syariah tidak berpatokan hanya pada keuntungan yang akan di dapatkan bank melainkan antara lain sebagai berikut :

1. Meningkatkan kerjasama dengan masyarakat dalam program pembangunan

2. Membantu masyarakat untuk berfikir luas dalam hidup yang lebih ekonomis dan berpindah untuk membuka usaha atau bisnis sebagai jalan untuk memperbaiki kualitas kehidupannya
3. Memfasilitasi masyarakat dalam meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi bersama masyarakat lainnya
4. Meng-edukasi masyarakat tentang metode bagi hasil yang digunakan dalam perbankan bahwa metode tersebut dapat beroperasi dan berkembang melebihi bank konvensional.

d. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Menurut Dalam Standar akuntansi yang dikeluarkan oleh *Accounting and auditing organization for islamic financial institution (AAOIFI)*, didalamnya tercantum beberapa peran dan fungsi suatu Bank Syariah, antara lain :

1. Manajer investasi

Bank syariah dapat mengelola investasi dana dari nasabah

2. Investor

Bank syariah berhak untuk menginvestasikan dana apapun termasuk dana yang dimiliki oleh nasabah dan dipercayakan pada Bank syariah.

3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran

Bank syariah dalam hal ini dapat melakukan kegiatan jasa layanan perbankan sebagaimana mestinya.

4. Pelaksanaan kegiatan sosial

Salahsatu ciri yang masih melekat pada Bank syariah yaitu Bank syariah wajib mengeluarkan dan mengelola zakat dan dana sosial lainnya

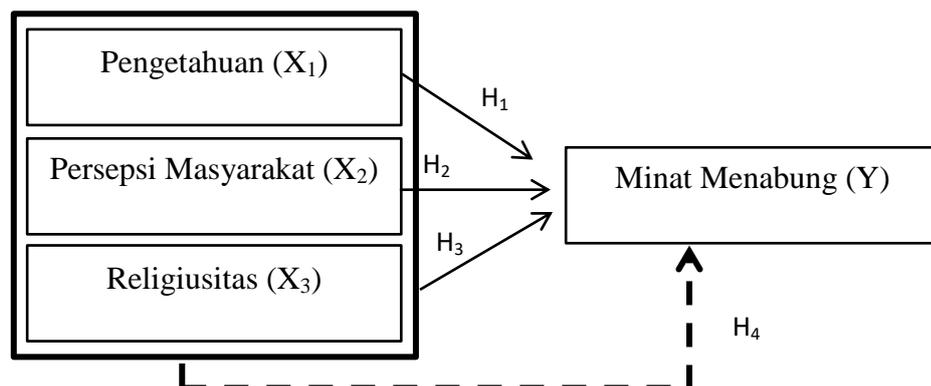
Dalam penelitian ini, objek dalam variabel dependennya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang terletak di kota Malang. BSI merupakan lembaga perbankan syariah baru yang disahkan pada tahun 2021 dan merupakan Bank syariah terbesar yang ada saat ini, hal ini dikarenakan BSI terbentuk atas mergernya 3 Bank syariah diantaranya; Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Ketiga Bank tersebut merger menjadi satu dalam Bank Syariah Indonesia (BSI).

Hal ini juga yang menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI).

2.3 Kerangka Konseptual

Sesuai dengan penelitian terdahulu diatas maka peneliti ingin membuat kerangka konsep dalam penelitian ini, yaitu :

Gambar2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

—————> : Pengaruh variabel secara parsial

- - - > : Pengaruh variabel secara Simultan

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu jawaban sementara dari persoalan yang akan diteliti. Jawaban sementara yang dimaksud karena masih berdasar pada teori saja. Dalam perumusannya, hipotesis secara umum dibagi atas tiga tahap. *Pertama*, menentukan hipotesis penelitian yang menjadi asumsi peneliti atas variabel yang akan diteliti. *Kedua*, menentukan hipotesis operasional seperti H_0 dan H_1 . *Ketiga*, menentukan hipotesis statistik.

1. Pengetahuan Berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat menabung di Bank BSI

Mengacu pada penelitian Cindhy (2018) Dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di Bank syariah. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Maskur dan saidah (2016) yang berjudul “*Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru*”, dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa Pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung Santri dan guru terhadap bank syariah Sehingga dari penelitian terdahulu tersebut maka peneliti ingin memunculkan hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Pengetahuan (X_1) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank syariah di kota Malang (Y).

2. Persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat menabung di Bank BSI

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Supiani, Rahmat dan Budiman (2021) dengan judul "*Pengaruh budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan menabung di Bank syariah*", Dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah. Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayun dan Indah (2018) yang berjudul "*The Effect Of Saving products knowledge, bank reputation, and cutomers perception on deposit interest rate on the customer saving decision*" ia menyimpulkan bahwa Pengetahuan tentang produk Bank syariah dan Persepsi nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariaiah dimana kontribusi yang diberikan oleh Variabel Pengetahuan produk sebesar 26% dan Variabel Persepsi nasabah sebesar 24,1%. Sehingga dalam hal ini peneliti ingin memunculkan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Persepsi masyarakat (X₂) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank syariah di kota Malang (Y).

3. Religiusitas Berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat menabung di Bank BSI

Dalam penelitian terdahulu mengenai Religiusitas, Menurut Glock dan Stark yang dimuat dalam Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho,

Hidayat dan Kusuma (2017) yang berjudul “ *The Influence Of Religiosity and self efficacy on the saving behavior of the islamic Bank*” dalam penelitiannya disimpulkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan Bank syariah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnamawati dan Luqman (2021) yang berjudul “*Peran Gender sebagai variabel moderating pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah terhadap minat menabung bank syariah*”, didalam penelitian ini ia menyimpulkan bahwa Religiusitas memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Namun bertolak belakang dengan penelitian Khairunnisa (2020) dengan judul penelitian “*Hubungan pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan Bank Syariah*”. Dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung menggunakan Bank syariah

Sehingga dalam hal ini peneliti ingin memunculkan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Religiusitas (X₃) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank syariah di kota Malang (Y).

4. Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas secara simultan Berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank BSI

Cindy (2018) Dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di Bank syariah. Ayun dan Indah (2018) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa Pengetahuan tentang produk Bank syariah dan Persepsi nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Khairunnisa (2020) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung menggunakan Bank syariah. Namun dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Purnamawati dan Luqman (2021) ia menyimpulkan bahwa Religiusitas memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Sehingga Hipotesis sebagai berikut:

H4 : Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas berpengaruh terhadap Minat masyarakat menabung di Bank BSI

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sifatnya ilmiah dan sistematis terhadap bagian-bagian dan dalam korelasinya. Salahsatu tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model-model sistematis, teori-teori dan hipotesis. Dalam penelitian ini salahsatu tujuannya yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat masyarakat untuk menabung di BSI KC Malang.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian yang akan dilakukan ini yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) yang terletak di Jl. Soekarno Hatta, Ruko Taman Niaga Kav. 12, 15-17 Kota Malang. Hal ini dikarenakan permasalahan yang di teliti lebih menonjol pada lokasi ini, selain itu juga lokasi ini lebih dekat dengan tempat tinggal (domisili) peneliti sehingga memudahkan untuk mencari dan mengumpulkan data atas permasalahan yang akan dikaji.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah tertentu yang terdiri dari suatu subyek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakter tertentu yang dapat

ditentukan oleh peneliti agar dapat dipelajari dan disimpulkan. Populasi juga dapat di artikan sebagai suatu kumpulan dari unsur-unsur atau individu yang memiliki karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Karakteristik yang dimaksud yaitu suatu sifat yang ingin diamati dan diketahui dalam sebuah penelitian dengan kondisi yang bisa berubah-ubah. Dalam penelitian ini populasinya merupakan nasabah tabungan di bank syariah indonesia (BSI) Kantor Cabang Malang. Namun jumlah populasi seberapa banyak orang yang menabung di BSI Malang ini belum diketahui.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang akan diteliti. Sampel ini mewakili dari keseluruhan dari populasi, namun yang perlu diperhatikan yaitu penentuan dari sampel karena harus tepat dan akurat sehingga informasi yang akan diterima menjadi valid. Sampel yang akan di ambil dari populasi dari penelitian ini adalah nasabah tabungan BSI dengan usia nasabah 17 – 60 tahun, berdomisili di Malang.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam Arikunto (2010) teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan subjek yang tidak didasarkan pada stara, random atau daerah melainkan pada tujuan tertentu. Dalam penelitian ini terdapat beberapa kriteria yaitu pendidikan, pendapatan, kelompok usia, jenis kelamin dan tempat tinggal.

Dan dalam menentukan jumlah sampel yang belum diketahui maka peneliti menggunakan rumus Malhotra.

Naresh K Malhotra (2006), dalam buku riset tentang pemasaran dengan jumlah minimal empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dengan demikian maka rumusnya 5×24 (jumlah item pertanyaan). Sehingga Sampel yang akan di ambil dalam penelitian ini sebanyak 120 responden.

3.5 Data dan Jenis Data

Data merupakan sebuah kumpulan dari fakta atau segala sesuatu yang dapat dipercaya keabsahannya sehingga dapat dijadikan dasar dalam menarik suatu kesimpulan. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka atau skor yang di olah dari hasil jawaban nasabah yang dijadikan sampel. Sedangkan sumber data yang digunakan yaitu :

1. Data Primer

Data primer yang diterima bersumber dari masyarakat yang menabung di bank syariah indonesia di Kota Malang yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder bersumber dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, tesis, buku dan media lain yang berdasarkan kepustakaan. Selain dari media tersebut, data sekunder juga didapat dari website bank BSI KC Malang terkait latar belakang dan lain-lain.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode atau teknik yang digunakan untuk menghimpun data-data penelitian dengan menggunakan dua metode yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara atau metode pengumpulan data dengan menyiapkan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden yang dituju untuk dijawab sehingga akan diperoleh data mentah atas sampel yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan kepada nasabah tabungan yang menabung di bank BSI di Kota Malang.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salahsatu metode pengumpulan informasi atau data secara verbal dengan pertanyaan-pertanyaan yang dimungkinkan tidak terstruktur atas sampel yang diambil melalui pernyataan secara langsung oleh pihak terkait. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada nasabah tabungan bank syariah indonesia.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian yang diambil harus dipahami dengan baik arti atau maksud dari setiap variabel tersebut sebelum di analisis dan sumber pengukurannya berasal darimana.

Variabel penelitian merupakan apapun yang dibentuk oleh peneliti dan ditetapkan untuk diteliti dan dipelajari sehingga muncul informasi terkait hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Adapun dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari 2 variabel. *Pertama*, variabel bebas

(Independen) yang terdiri dari 3 variabel dan *Kedua*, variabel terikat (Dependen) yang terdiri dari satu variabel. Berikut merupakan definisi operasional dari setiap variabel dalam penelitian ini :

3.7.1 Pengetahuan (X₁)

Menurut Nata (2018) dalam pandangan islam, Pengetahuan diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui namun belum disusun secara sistematis dan belum diuji kebenarannya dalam metode ilmiah dan belum dinyatakan valid dan shahih

Indikator pengetahuan menurut Notoatmodjo (2003), dalam penelitian ini terdiri dari 4 Indikator yaitu; *tahu (know), memahami, aplikasi dan analisis.*

3.7.2 Persepsi masyarakat (X₂)

Menurut Hasan dalam Jalilah dan Yasir (2017) mengartikan Persepsi sebagai suatu proses yang dilakukan oleh setiap individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi informasi yang dapat menciptakan gambaran dari suatu objek yang bersifat personal, memiliki arti khusus, dapat dirasakan melalui perhatian baik secara selektif, distorsi atau retensi

Menurut Robbins (1996) Persepsi terdiri dari 4 indikator yaitu; *pengetahuan, pengamatan, pemahaman dan penilaian.*

3.7.3 Religiusitas (X₃)

Menurut teori riset Glock dan Stark yang dimaksud dengan religiusitas yaitu suatu komitmen yang dapat dilihat oleh sikap dan

perilaku setiap orang yang memiliki hubungan dengan keyakinan, kepercayaan dan agama. Religiusitas tidak selalu berwujud ibadah seperti sholat namun juga berupa kegiatan yang dapat dilihat dimata dan yang ada di hati.

Dalam riset yang dilakukan oleh Stark and Glock (1965), Religiusitas memiliki 5 Dimensi yaitu antara lain; *Ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual dan konsekuensi*.

3.7.4 Minat menabung (Y)

Menurut Astuti, Masitoh dan Siddi (2020) minat menabung merupakan keinginan yang timbul kepada siapa saja tanpa didasari paksaan oleh orang lain untuk menginvestasikan uang yang ia miliki.

Minat menabung dapat dilihat dalam 5 indikator antara lain yaitu; *Informasi mengenai produk, mempertimbangkan untuk membeli, tertarik mencoba, ingin mengetahui produk dan ingin memiliki produk*. Diadopsi dari Schiffman & Kanuk oleh Sari (2017).

Tabel 3.1
Indikator setiap variabel penelitian

Variabel	Indikator	Item
Pengetahuan (X ₁)	Tahu (<i>know</i>)	Pengetahuan masyarakat terhadap macam-macam produk di bank syariah indonesia
		Pengetahuan masyarakat terhadap manfaat produk-produk di bank syariah indonesia
		Pengetahuan masyarakat

		tentang dampak buruk menabung di instansi yang menerapkan bunga (riba)
		Pengetahuan masyarakat atas pentingnya menabung untuk keperluan jangka panjang
	Memahami	Menjelaskan pada orang lain manfaat yang diperoleh setelah menabung di bank syaria indonesia
	Aplikasi	Masyarakat mempraktekkan ajaran islam dengan menabung di bank syariah indonesia
	Analisis	Masyarakat terlebih dahulu akan mempertimbangkan keunggulan menabung dari setiap Bank
		Masyarakat terlebih dahulu akan mempertimbangkan kekurangan menabung dari setiap Bank
Persepsi Masyarakat (X ₂)	Pengetahuan	Masyarakat mengetahui manfaat dari produk tabungan yang ditawarkan bank syariah indonesia
	Pengamatan	Masyarakat memilih menggunakan tabungan bank syariah indonesia setelah mengamati produk tabungan bank syariah milik

		orang lain
	Pemahaman	Memahami secara menyeluruh dampak negatif riba dan keunggulan menabung di bank syariah indonesia
		Memahami secara menyeluruh keunggulan menabung di bank syariah indonesia
	Penilaian	Calon nasabah tabungan akan menilai keuntungan dari setiap Bank yang menawarkan produk tabungan
		Calon nasabah tabungan akan menilai kerugian dari setiap Bank yang menawarkan produk tabungan
Religiusitas (X ₃)	Ideologis	Masyarakat meyakini bahwa menabung di bank yang menerapkan prinsip syariah memberikan keberkahan dalam kehidupan
	Ritualistik	membuat tabungan untuk dialokasikan sebagai sumbangan sosial merupakan bentuk kegiatan ibadah
	Eksperensial	Masyarakat merasa takut

		akan siksa atas perilaku riba
	Intelektual	Pemahaman masyarakat tentang halal atau tidaknya suatu produk jasa yang ditawarkan oleh beberapa Bank
	Konsekuensi	masyarakat menabung di bank syariah indonesia untuk menjalankan prinsip agama yaitu memilih produk yang terbebas dari riba
Minat menabung (Y)	Informasi Produk	Minat menabung karena mengetahui Jenis dari produk yang ditawarkan
	Mempertimbangkan untuk membeli	Minat menabung karena sudah mempertimbangkan jenis produk dan bank yang akan di pilih
	Tertarik mencoba	Minat untuk menabung karena merasa tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh bank syariah indonesia
	Ingin mengetahui produk	Berminat menabung karena hanya ingin mengetahui produk yang ada pada bank syariah indonesia
	Ingin memiliki produk	Berminat menabung karena rasa ingin memiliki produk tabungan yang terhindar dari riba.

3.8 Skala Pengukuran

Dalam penelitian terdapat dua skala pengukuran yakni skala nominal dan ordinal. Skala nominal menurut Hasan (2001) yaitu skala yang digunakan untuk mengkategorikan objek dalam kelompok-kelompok tertentu. Dalam penelitian ini pengelompokan dilakukan dalam karakteristik yang terdiri dari pendidikan, pendapatan, kelompok usia, jenis kelamin dan tempat tinggal. Sedangkan skala ordinal yaitu data yang penomoran atas objek atau kategori disusun sesuai dengan besar ke kecil atau dari rendah ke tinggi dengan rentang yang tidak harus sama.

Dalam penelitian ini, skala nominal dan ordinal akan digunakan dalam penyebaran kuesioner penelitian dengan menggunakan skala likert didalamnya. Sugiyono (2015) menerangkan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala yang digunakan dalam skala likert ini yaitu 1 sampai 4 :

- (1). 1 = Sangat tidak setuju
- (2). 2 = Tidak setuju
- (3). 3 = Setuju
- (4). 4 = Sangat Setuju

3.9 Analisis Data

Teknik dalam menganalisis data adalah kegiatan menganalisis data yang diterima dari responden atau sumber lain yang sudah terkumpul. Kegiatan analisis data ini dengan menghimpun data sesuai dengan variabel

dan jenis responden, mentabulasi data, menyajikan data tiap variabel, melakukan perhitungan dalam menjawab rumusan masalah kemudian menghitung untuk menguji hipotesis yang telah diajukan di atas. Salahsatu cara untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang tinggi atau rendah antara variabel berdasar nilai r (koefisien korelasi) maka digunakan penafsiran atau interpretasi angka sebagaimana berikut :

Tabel 3.2
Interpretasi angka

No.	Interval	Tingkat hubungan
1	0,00-0,199	Sangat rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2011:231)

Berikut ini merupakan beberapa analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini :

3.9.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu alat uji yang digunakan untuk mengukur tingkat ke validan suatu instrumen/kuesioner. Valid artinya bahwa data tersebut sudah mewakili dari apa yang seharusnya diwakilkan. Dikatakan validitas juga jika tiap instrumen betul-betul mampu mengungkapkan variabel yang akan di ukur. Kesahihan dari instrumen validitas ketika variabel yang diteliti sudah tepat, dan disebut valid jika nilai r hitung $>$ r kritis (0,30). Dalam istilah lain pengujian dalam penentuan signifikan atau tidak dapat dilihat dari

r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom = $n-k$ dengan signifikan 5%, sehingga kuesioner dikatakan valid jika $R_{\text{tabel}} < R_{\text{hitung}}$.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan hasil dari pengukuran yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen/kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk. Setiap butir dari pertanyaan yang dibuat akan disebut handal atau reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut tetap konsisten. Agar uji reliabilitas tercapai maka digunakan metode Alpha Cronbach 0 sampai 1. Jika nilai Cronbach Alpha $>0,60$ maka dapat dikatakan reliabel.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji model regresi atau skor variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui berdistribusi normal atau tidak maka perlu uji normalitas dengan statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Uji Normalitas dilakukan dengan cara menginput nilai residual kedalam pengujian non parametrik. Sehingga output dari hasil uji normalitas ini dapat diketahui apakah berdistribusi normal atau tidak. Data Residual dapat dikatakan normal jika nilai signifikannya $> 0,05$, begitu pula

sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara dua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak. Dasar dari pengujian ini dengan cara melihat nilai *deviation from linierarity*. Jika nilai probabilitasnya $> 0,05$ maka hubungan antara variabel Independen dan Variabel dependen adalah Linier secara signifikan. Begitu pula sebaliknya, jika nilai probabilitas/signifikan $< 0,05$ maka dikatakan tidak terdapat hubungan linier antara variabel independen dengan dependen.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Jika ditemukan terdapat korelasi yang tinggi maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen akan mengalami gangguan. Untuk mengetahui hal tersebut maka digunakan metode Tolerance/Variance Inflation Factor (VIF). Untuk menentukan apakah terdapat mutikolinieritas maka dengan melihat kriteria berikut :

1. Jika Nilai VIF > 10 atau Tolerance $< 0,1$ maka terdapat multikolinieritas dalam model regresi tersebut.
2. Jika Nilai VIF < 10 atau Tolerance $> 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui terjadi kesamaan atau tidak variance dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain dalam model regresi. Jika variance residualnya sama maka disebut dengan homoskedastisitas namun jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Dalam menganalisis heteroskedastisitas dasarnya sebagai berikut :

1. Jika terdapat pola seperti titik yang berbentuk pola teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka bisa dipastikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas seperti titik menyebar di atas atau bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dipastikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam rujukan lain disebutkan, bahwa syarat model tidak terjadinya heteroskedastisitas yaitu apabila nilai signifikansi dari seluruh variabel bebas $> 0,05$.

3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur dan memprediksi pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas dengan variabel terikat dengan memakai rumus berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Minat menabung

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Persepsi masyarakat

X_3 = Religiusitas

Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.4 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T (Uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk menguji apakah terjadi pengaruh secara signifikan antara variabel Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas secara parsial terhadap variabel Minat menabung. Dengan uji T maka akan didapatkan hasil yaitu :

1. Jika nilai Signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat Minat menabung.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel bebas Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Minat menabung.

Hipotesis dari Pengetahuan :

H_0 = Pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah

H_1 = Pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah.

Hipotesis Persepsi Masyarakat :

H_0 = Persepsi Masyarakat secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah

H_2 = Persepsi Masyarakat secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah

Hipotesis Religiusitas :

H_0 = Religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah

H_3 = Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung di Bank syariah.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F (Uji Regresi Secara Simultan) digunakan untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak antara variabel Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas terhadap variabel Minat menabung secara bersama-sama dengan menggunakan F_{hitung} . Adapun dasar dari hasil uji F yaitu :

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat menabung.

2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat menabung..

c. Uji Koefisien Determinasi (R Square/ R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur dan mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau dalam istilah lain untuk mengetahui kontribusi presentase kemampuan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Besaran dari nilai koefisien determinasi yaitu 0 sampai 1, jika semakin dekat dengan 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Sebaliknya demikian, jika koefisien determenasi semakin mendekati 0 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Karena dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda maka yang digunakan yaitu *Adjusted R Square* dimana hasil perhitungannya dapat dilihat di model summary kolom *Adjusted R²* (Suliyanto 2011). *Adjusted R Square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Pengetahuan, Persepsi masyarakat dan Religiusitas terhadap variabel Minat menabung.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

A. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Berdirinya Bank Syariah Indonesia dimulai dengan sudah terbentuknya 3 bank syariah yaitu BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah. BRI Syariah merupakan hasil akuisisi Bank BRI terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 sehingga BRI Syariah akhirnya beroperasi mulai 17 November 2008. Sedangkan Bank BNI Syariah didirikan pada 29 April 2000 dengan membuka 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. BNI Syariah didirikan setelah melihat kondisi bank syariah yang mampu bertahan disaat terjadi krisis moneter tahun 1998. Sedangkan Bank Mandiri Syariah berdiri dari hasil penggabungan 4 bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo yang terguncang pada saat krisis moneter tahun 1998 sehingga pada 1 november 1999 Bank Syariah Mandiri akhirnya didirikan.

Pemerintah berencana menggabungkan 3 bank syariah ini sudah sejak bulan maret 2020. Proses ini harus melewati beberapa tahapan yang sangat ketat mulai dari proses perizinan dari otoritas jasa keuangan (OJK), proses pengesahan nama baru menjadi Bank Syariah

Indonesia oleh Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham), persiapan logo dan sebagainya.

Penggabungan (*Merger*) dari ketiga bank syariah ini diresmikan oleh Presiden RI yaitu Ir. Joko Widodo tepat pada tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 jumadil akhir 1442 H, hal ini sebagai bentuk keseriusan pemerintah untuk mengembangkan layanan bank syariah yang mampu bertahan di tengah kondisi pandemi yang sedang berkejolak. Setelah *merger* menjadi satu, Bank Syariah Indonesia akan menjadi satu-satunya bank syariah terbesar di Indonesia dengan jumlah aset sebesar Rp. 239, 56 triliun dengan kantor cabang lebih dari 1.000 dan sebanyak 20.000 karyawan.

Ketiga bank tersebut diakumulasi melayani 20 juta nasabah sehingga menjadikan BSI masuk dalam top 5 bank dengan aset dan nilai buku hingga Rp. 50 triliun di tahun 2025 dengan hal ini BSI diharapkan dapat mampu berkontribusi lebih dalam membangun perekonomian nasional dan menjadi sorotan di mata internasional. Sesuai dengan visi-nya bahwa BSI membawa visi untuk menjadi top 10 *Global Islamic Bank*. Sehingga BSI dapat selalu bereksistensi untuk bersaing dengan industri perbankan konvensional yang sudah lama beroperasi dengan sistem bunga.

Peresmian Bank Syariah Indonesia tidak luput dari filosofi yang disematkan pada bintang kuning bersudut 5 di logo Bank Syariah Indonesia yang memiliki makna 5 sila pancasila dan 5 rukun islam.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia ini diresmikan melalui surat edaran yang dikeluarkan langsung oleh OJK dengan nomor : SR-3/PB.1/2021 perihal pemberian izin penggabungan PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. BNI Syariah kedalam PT. BRI Syariah dengan perubahan nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Tugas dan tujuan penggabungan 3 bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) ini yaitu sinergi yang baik demi meningkatkan layanan untuk nasabah bank syariah, perbaikan proses bisnis, *risk management*, sumber daya instansi dan penguatan teknologi digital.

B. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Menjadi Bank syariah yang masuk dalam “*Top 10 Global Islamic Bank*”.

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Targetnya yaitu Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang bisa memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Targetnya yaitu menjadi Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
3. Menjadi perusahaannya pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Targetnya yaitu menjadi perusahaan dengan nilai

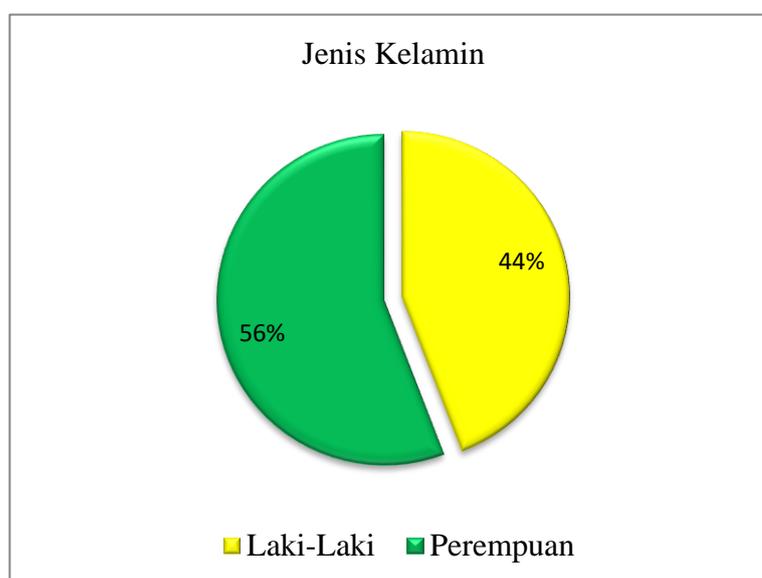
yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.1.2 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



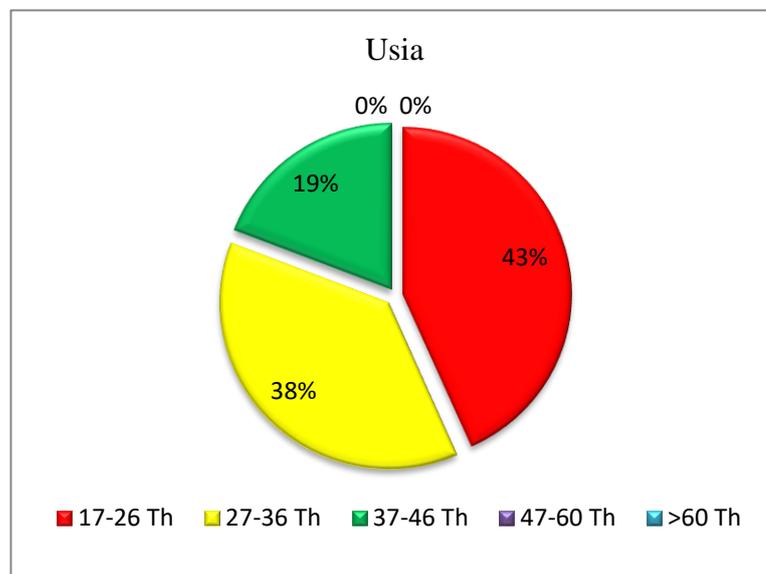
Sumber; Diolah oleh penulis, 2021

Pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Rata-rata responden di dominasi oleh nasabah perempuan dan disusul oleh nasabah laki-laki. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden berjenis kelamin perempuan mencapai 67 orang dengan persentase sebesar 56% dan responden laki-laki mencapai 53 orang dengan persentase sebesar 44%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



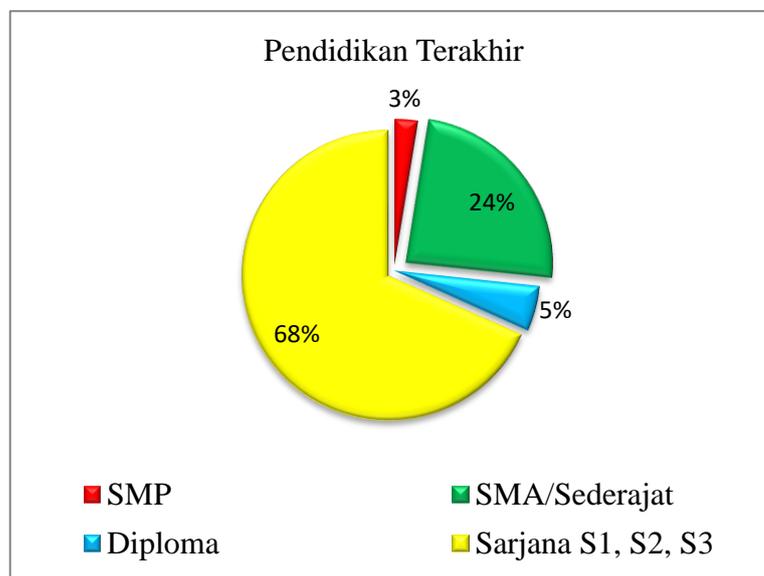
Sumber; Diolah oleh penulis, 2021

Pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia. Rata-rata responden merupakan nasabah BSI yang didominasi oleh nasabah berusia 17-26 tahun. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang berusia 17-26 tahun mencapai 52 orang dengan persentase sebesar 43%, responden yang berusia 27-36 tahun mencapai 45 orang dengan persentase sebesar 38%, responden yang berusia 37-46 tahun mencapai 23 orang dengan persentase sebesar 19%, sedangkan responden dengan usia 47-60 tahun dan responden dengan usia >60 tahun sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



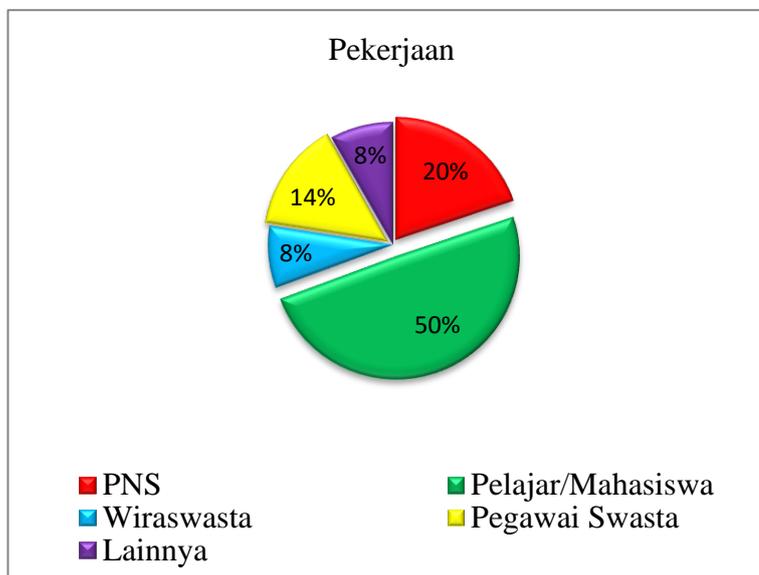
Sumber; Diolah oleh penulis, 2021

Pada gambar 4.4 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Rata-rata responden merupakan nasabah BSI yang didominasi oleh nasabah dengan pendidikan terakhir sarjana antara S1, S2 atau S3. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 3%, responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 29 orang dengan persentase sebesar 24%, responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 5%, sedangkan responden dengan pendidikan terakhir antara S1, S2 atau S3 sebanyak 82 orang dengan persentase sebesar 68%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



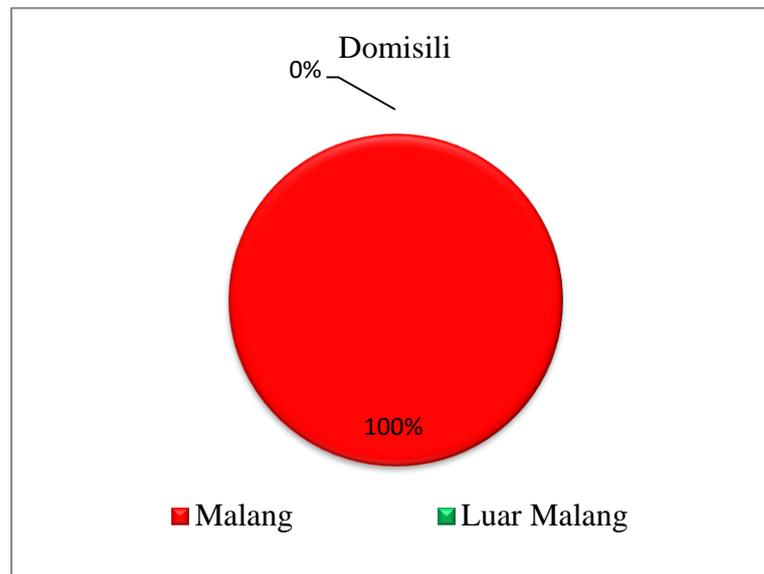
Sumber; Diolah oleh penulis, 2021

Pada gambar 4.5 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Rata-rata responden merupakan nasabah BSI yang didominasi oleh nasabah dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 20%, responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 55 orang dengan persentase sebesar 50%, responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta yang meliputi pedagang dan sejenisnya sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 9%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta yang meliputi guru honorer dan sejenisnya sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 14%, sedangkan responden dengan pekerjaan lainnya yaitu pengusaha sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 8%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Gambar 4.6

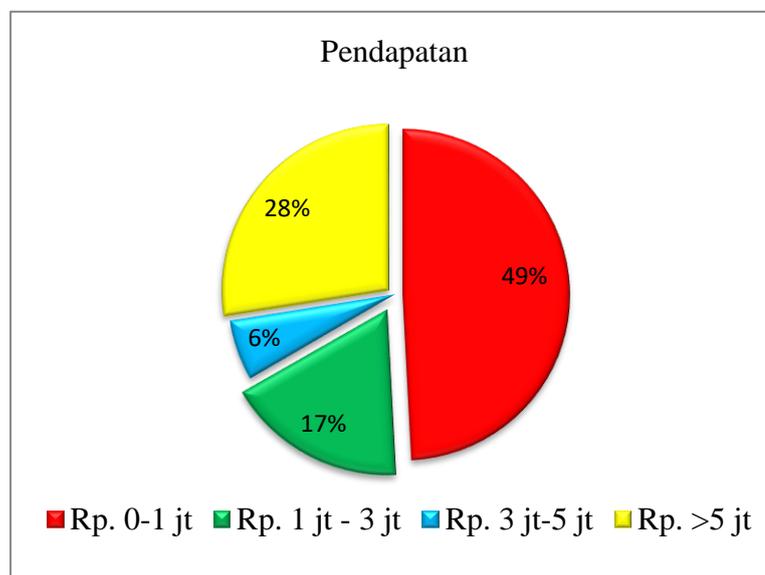
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili



Sumber; Diolah oleh penulis, 2021

Pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan domisili (tempat tinggal saat ini). Rata-rata responden merupakan nasabah BSI yang didominasi oleh nasabah dengan domisili bertempat tinggal di Kota Malang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang berdomisili atau bertempat tinggal di Malang sebanyak 120 orang dengan persentase sebesar 100%, sedangkan responden yang berdomisili diluar Malang sebanyak 0 dengan persentase sebesar 0%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan bulanan

Gambar 4.7**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan bulanan**

Sumber; Diolah oleh penulis, 2021

Pada gambar 4.7 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan bulanan. Rata-rata responden merupakan nasabah BSI yang didominasi oleh nasabah dengan pendapatan bulanan sebesar Rp. 0-1 juta. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden dengan pendapatan bulanan Rp. 0-1 juta sebanyak 59 orang dengan persentase sebesar 49%, responden dengan pendapatan bulanan Rp. 1-3 juta sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 17%, responden dengan pendapatan bulanan Rp. 3-5 juta sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 6%, sedangkan responden dengan pendapatan bulanan Rp. >5 juta sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 28%.

4.1.3 Gambaran Umum Variabel

4.1.3.1 Deskripsi Data

Deskripsi data pada penelitian ini dibuat untuk memberikan gambaran terkait tanggapan dari responden secara umum tentang Pengetahuan (X_1), Persepsi Masyarakat (X_2), dan Religiusitas (X_3), untuk Minat Menabung (Y).

1. Pengetahuan (X_1)

Gambaran umum atas variabel pengetahuan terdiri dari 4 indikator dengan 8 item pertanyaan yaitu tahu (X1.1, X1.2, X1.3 dan X1.4), Memahami (X1.5), Aplikasi (X1.6), Analisis (X1.7, X1.8).

Tabel 4.1
Distribusi Frekuensi Item Pengetahuan (X_1)

Item	STS		TS		S		SS		TOTAL		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	2	1,7%	30	25,0%	88	73,3%	120	100%	3,71
X1.2	0	0	0	0	21	17,5%	99	82,5%	120	100%	3,82
X1.3	0	0	1	0,8%	21	17,5%	98	81,7%	120	100%	3,80
X1.4	0	0	1	0,8%	22	18,3%	97	80,8%	120	100%	3,80
X1.5	0	0	0	0	11	9,2%	109	90,8%	120	100%	3,90
X1.6	0	0	0	0	13	10,8%	107	89,2%	120	100%	3,89
X1.7	0	0	2	1,7%	11	9,2%	107	89,2%	120	100%	3,87
X1.8	0	0	1	0,8%	17	14,2%	102	85,0%	120	100%	3,84
Rata-rata total skor											3,83

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi yaitu item yang berbunyi “*Saya akan menjelaskan kepada orang lain manfaat yang diperoleh*”

setelah menabung di bank syariah indonesia” (X1.5) dengan nilai mean 3,90 dan nilai terendah yaitu item yang berbunyi “Saya mengetahui macam-macam produk yang ada di bank syariah indonesia” (X1.1) dengan nilai mean 3,71. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa item X1.5 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaannya sudah baik, begitu sebaliknya item X1.1 dengan nilai terendah dapat disimpulkan dalam penyebaran kuesionernya menunjukkan bahwa pelaksanaannya kurang baik. Maka dari itu item X1.5 dengan nilai mean tertinggi pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang baik sehingga memberikan pengaruh dari variabel pengetahuan, sedangkan item X1.1 dengan nilai mean terendah pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang kurang baik sehingga tidak terlalu memberikan pengaruh dari variabel pengetahuan.

2. Persepsi Masyarakat (X2)

Gambaran umum atas variabel persepsi masyarakat terdiri dari 4 indikator dengan 6 item pertanyaan yaitu pengetahuan (X2.1), pengamatan (X2.2), pemahaman (X2.3, dan X2.4), dan penilaian (X2.5, dan X2.6).

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Item Persepsi Masyarakat (X2)

Item	STS		TS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0	2	1,7%	30	25,0%	88	73,3%	120	100%	3,71

X2.2	0	0	0	0	21	17,5%	99	82,5%	120	100%	3,82
X2.3	0	0	1	0,8%	21	17,5%	98	81,7%	120	100%	3,80
X2.4	0	0	1	0,8%	22	18,3%	97	80,8%	120	100%	3,80
X2.5	0	0	0	0	11	9,2%	109	90,8%	120	100%	3,90
X2.6	0	0	0	0	13	10,8%	107	89,2%	120	100%	3,89
Rata-rata total skor											3,82

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi yaitu item yang berbunyi “*Sebelum memilih menabung saya akan menilai keuntungan yang akan didapat dari setiap bank yang menawarkan produk tabungan*” (X2.5) dengan nilai *mean* 3,90 dan nilai terendah yaitu item yang berbunyi “*Saya mengetahui manfaat produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah indonesia*” (X2.1) dengan nilai *mean* 3,71. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa item X2.5 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaannya sudah baik, begitu sebaliknya item X2.1 dengan nilai terendah dapat disimpulkan dalam penyebaran kuesionernya menunjukkan bahwa pelaksanaannya kurang baik. Maka dari itu item X2.5 dengan nilai *mean* tertinggi pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang baik sehingga memberikan pengaruh dari variabel persepsi masyarakat, sedangkan item X2.1 dengan nilai *mean* terendah pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang kurang baik sehingga tidak terlalu memberikan pengaruh dari variabel persepsi masyarakat.

3. Religiusitas (X3)

Gambaran umum atas variabel persepsi masyarakat terdiri dari 5 indikator dengan 5 item pertanyaan yaitu Ideologis (X3.1), Ritualistik (X3.2), Eksperinsial (X3.3), Intelektual (X3.4), dan Koneskuensi (X3.5).

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Item Religiusitas (X3)

Item	STS		TS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0	0	0	30	25,0%	90	75,0%	120	100%	3,75
X3.2	0	0	3	2,5%	30	25,0%	87	72,5%	120	100%	3,70
X3.3	0	0	0	0	32	26,7%	88	73,3%	120	100%	3,73
X3.4	0	0	0	0	32	26,7%	88	73,3%	120	100%	3,73
X3.5	0	0	0	0	31	25,8%	89	74,2%	120	100%	3,74
Rata-rata total skor											3,73

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi yaitu item yang berbunyi “*Saya meyakini bahwa memilih menabung di bank yang menerapkan prinsip syariah akan memberikan saya keberkahan hidup*” (X3.1) dengan nilai *mean* 3,75 dan nilai terendah yaitu item yang berbunyi “*Saya meyakini bahwa menabung merupakan salahsatu bentuk ibadah seperti mengalokasikannya untuk kepentingan sumbangan sosial*” (X3.2) dengan nilai *mean* 3,70. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa item X3.1 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaannya sudah baik, begitu

sebaliknya item X3.2 dengan nilai terendah dapat disimpulkan dalam penyebaran kuesionernya menunjukkan bahwa pelaksanaannya kurang baik. Maka dari itu item X3.1 dengan nilai *mean* tertinggi pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang baik sehingga memberikan pengaruh dari variabel religiusitas, sedangkan item X3.2 dengan nilai *mean* terendah pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang kurang baik sehingga tidak terlalu memberikan pengaruh dari variabel religiusitas.

4. Minat Menabung (Y)

Gambaran umum atas variabel persepsi masyarakat terdiri dari 5 indikator dengan 5 item pertanyaan yaitu Informasi produk (Y1.1), Mempertimbangkan untuk membeli (Y1.2), Tertarik untuk mencoba (Y1.3), Ingin mengetahui produk (Y1.4), Ingin memiliki produk (Y1.5).

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Item Minat Menabung (Y)

Item	STS		TS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	0	0	0	0	30	25,0%	90	75,0%	120	100%	3,75
Y1.2	0	0	3	2,5%	30	25,0%	87	72,5%	120	100%	3,70
Y1.3	0	0	0	0	32	26,7%	88	73,3%	120	100%	3,73
Y1.4	0	0	6	5,0%	35	29,2%	79	65,8%	120	100%	3,60
Y1.5	0	0	0	0	31	25,8%	89	74,2%	120	100%	3,74
Rata-rata total skor											3,70

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi yaitu item yang berbunyi “*Saya akan minat menabung di bank syariah indonesia setelah mengetahui jenis produk yang ditawarkan*” (Y1.1) dengan nilai *mean* 3,75 dan nilai terendah yaitu item yang berbunyi “*Saya berminat menabung di bank syariah hanya untuk mengetahui produk yang ada di bank syariah indonesia*” (Y1.4) dengan nilai *mean* 3,60. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa item Y1.1 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaannya sudah baik, begitu sebaliknya item Y1.4 dengan nilai terendah dapat disimpulkan dalam penyebaran kuesionernya menunjukkan bahwa pelaksanaannya kurang baik. Maka dari itu item Y1.1 dengan nilai *mean* tertinggi pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang baik sehingga memberikan pengaruh dari variabel minat menabung, sedangkan item Y1.4 dengan nilai *mean* terendah pada penelitian ini menunjukkan pelaksanaan yang kurang baik sehingga tidak terlalu memberikan pengaruh dari variabel minat menabung.

4.1.3.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Suatu penelitian dapat dikatakan memiliki ketepatan dan kualitas yang baik, jika instrumen data tersebut valid dan reliabel. Hal ini menjadi syarat wajib dalam sebuah penelitian,

sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan baik atau tidaknya suatu instrumen tersebut.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran betul-betul mampu untuk mengukur apa yang akan diukur. Asiyah (2015).

Agar data yang diuji dikatakan valid maka harus membandingkan nilai korelasi atau r hitung dengan nilai r tabel. Apabila nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel dan positif signifikannya sebesar 0,05 atau 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Dalam pengambilan keputusan didasarkan pada nilai dari r tabel dengan nilai signifikan sebesar 5% atau 0,177. Yakni setiap item pertanyaan akan dinyatakan valid atau tidak jika output dari uji validitas lebih besar dari 0,177. Dibawah ini merupakan output dari hasil uji validitas pada setiap variabel :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Semua Variabel

Item	r hitung	r tabel	Hasil
Pengetahuan (X1)			
X1.1	0,618	0,177	Valid
X1.2	0,693	0,177	Valid
X1.3	0,616	0,177	Valid
X1.4	0,638	0,177	Valid
X1.5	0,631	0,177	Valid
X1.6	0,434	0,177	Valid
X1.7	0,490	0,177	Valid

X1.8	0,311	0,177	Valid
Persepsi Masyarakat (X2)			
X2.1	0,659	0,177	Valid
X2.2	0,752	0,177	Valid
X2.3	0,701	0,177	Valid
X2.4	0,704	0,177	Valid
X2.5	0,637	0,177	Valid
X2.6	0,448	0,177	Valid
Religiusitas (X3)			
X3.1	0,641	0,177	Valid
X3.2	0,747	0,177	Valid
X3.3	0,742	0,177	Valid
X3.4	0,705	0,177	Valid
X3.5	0,517	0,177	Valid
Minat Menabung (Y)			
Y1.1	0,627	0,177	Valid
Y1.2	0,712	0,177	Valid
Y1.3	0,762	0,177	Valid
Y1.4	0,787	0,177	Valid
Y1.5	0,523	0,177	Valid

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas yaitu hasil dari olah data menggunakan SPSS versi 21 pada indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keseluruhan. Dari 24 item pertanyaan yang disebarakan pada 120 responden, secara keseluruhan item tersebut menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sehingga dapat diartikan bahwa semua item pertanyaan yang diambil dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Std. Value	Hasil
Pengetahuan (X1)	0,673	0,60	Reliabel
Persepsi Masyarakat (X2)	0,725	0,60	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,696	0,60	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,717	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.6 dari hasil olah data uji reliabilitas maka dapat diketahui secara keseluruhan nilai *cronbach's aslpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini sudah reliabel.

4.1.3.3 Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil dari uji asumsi klasik atas data penelitian yang telah dilakukan akan dijelaskan sebagaimana berikut:

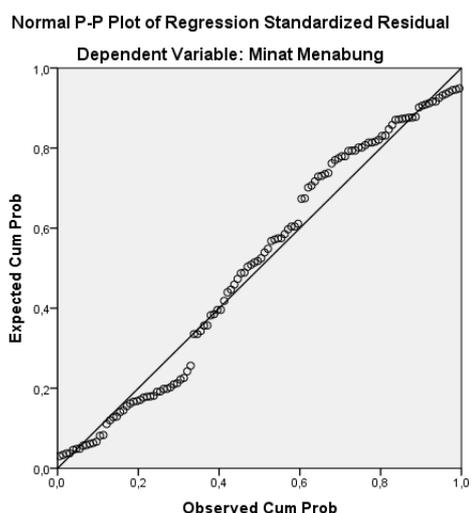
a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji model regresi variabel dependen dan variabel independen sudah berdistribusi normal atau tidak. Salahsatu cara untuk mengetahui data tersebut sudah berdistribusi normal atau tidak maka perlu dilakukan uji normalitas dengan *Kolmogrov-Smirnov*, yang grafik penyebaran datanya biasanya mengikuti pola garis lurus dengan nilai signifikannya $>0,05$ maka data tersebut

berdistribusi normal, namun jika nilai signifikannya $<0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji Normalitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.8
Normal Probability Plot



Tabel 4.7
Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,64380933
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,094
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		1,026
Asymp. Sig. (2-tailed)		,244

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Pada gambar 4.8 dapat diperhatikan bahwa titik-titik yang tersebar saling berhimpit disekitar garis dan mengikuti arah garis secara diagonal. Dari gambar diatas maka dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini sudah

memenuhi uji asumsi normalitas, hal ini juga dapat dibuktikan melalui tabel 4.7 uji regresi menggunakan kolmogrov-simirnov yang menunjukkan bahwa data yang didapat dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal. Dari tabel tersebut hasil output yang keluar menunjukkan nilai *kolmogrov-simirnov* signifikan pada nilai $0,244 > 0,05$. Maka dari itu, residual dari data yang berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi nilai normal atau telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah diantara variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang linier atau tidak. Dalam pengujiannya dapat dilakukan dengan melihat *deviation from linierity*, apabila nilainya $>0,05$ maka dapat dikatakan bahwa antara variabel independen dan dependen memiliki hubungan yang linier, begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikan dari *deviation from linierity* $<0,05$ maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki hubungan yang linier.

Uji linieritas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Linieritas

Variabel Independen	Variabel Dependen	Sig.	<i>Dev. From Linierity</i>	Hasil
Pengetahuan	Minat Menabung	0,738	0,05	Linier
Persepsi	Minat	0,181	0,05	Linier

Masyarakat	Menabung			
Religiusitas	Minat Menabung	0,334	0,05	Linier

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Pada tabel 4.8 dapat diperhatikan bahwa hasil dari uji asumsi linieritas antara variabel independen (pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas) dengan variabel dependen (minat menabung) memiliki hubungan yang linier. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikan *Deviation from linierity* masing-masing variabel yaitu pada variabel pengetahuan dengan nilai signifikan $0,738 > 0,05$. Variabel persepsi masyarakat dengan nilai signifikan $0,181 > 0,05$. Variabel religiusitas dengan nilai signifikan $0,334 > 0,05$. Dari hasil nilai signifikan deviation from linierity tersebut dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat model regresi yang memiliki korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik biasanya ditandai dengan tidak adanya korelasi antara variabel independen. Apabila terjadi korelasi antar variabel independen maka terdapat masalah yang disebut dengan multikolinieritas. Untuk mengetahui terdapat korelasi atau tidak maka dengan melihat nilai *VIF* atau *tolerance*, apabila nilai $VIF < 10$ atau *tolerance* $> 0,1$ dalam model regresi tersebut tidak terdapat

multikolinieritas. Begitupun sebaliknya apabila nilai VIF > 10 atau tolerance $< 0,1$ maka dalam model regresi tersebut terdapat multikolinieritas.

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan	0,987	1,013
Persepsi Masyarakat	0,974	1,027
Religiusitas	0,987	1,013

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai VIF (*variance inflation factor*) < 10 atau dengan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam variabel independen tidak terdapat korelasi antar variabel atau tidak terjadi gejala multikolinieritas, sehingga variabel tersebut masuk dalam kategori model regresi yang baik.

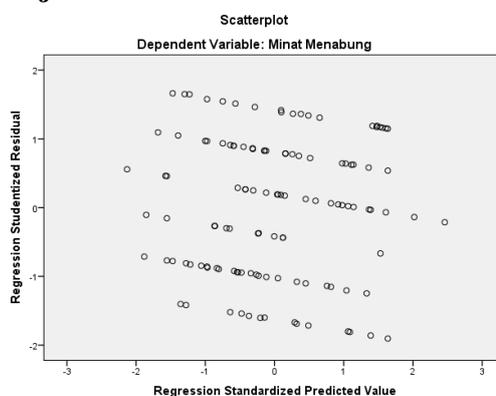
d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi kesamaan atau tidak dalam variance dan residual, jika terdapat kesamaan maka disebut dengan homoskedastisitas namun jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas dan ini berpengaruh terhadap hasil penelitian karena penelitian

akan di anggap tidak akurat atau diragukan. Dalam arti lain yaitu jika terdapat pola seperti titik yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) atau terdapat pola yang jelas pada titik yang menyebar diatas atau bawah 0 sumbu Y, maka itu dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Jika menggunakan metode glejser maka dapat dilihat dari nilai signifikan, jika nilai signifikan $>0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas namun jika nilai signifikan $< 0,05$ maka telah terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21 pada gambar scatterplot dan glejser yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.9
Hasil uji Heteroskedastisitas metode Scatterplot



Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Hasil
Pengetahuan	0,945	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Persepsi Masyarakat	0,055	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Religiusitas	0,964	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Pada gambar 4.9 dengan menggunakan metode gambar scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik yang tersebar tidak membentuk pola yang teratur, tidak membentuk pola yang jelas pada titik yang menyebar diatas atau bawah 0 sumbu Y. sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresinya. Diperkuat dengan hasil signifikansi dari uji heteroskedastisitas menggunakan metode glejser pada tabel 4.10 yaitu dengan nilai signifikan variabel pengetahuan 0,945, Variabel persepsi masyarakat 0,055, dan variabel religiusitas 0,964 dan hasil ini lebih besar dari 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat menabung. Dibawah ini merupakan hasil dari uji regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 21.

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,914	,694		-2,759	,007
Pengetahuan	,079	,045	,081	1,765	,080
Persepsi Masyarakat	-,082	,051	-,075	-1,632	,105
Religiusitas	1,068	,019	,982	55,420	,000

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Pada tabel 4.11 diatas, persamaan dari regresi linier berganda sebagaimana berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -1,914 + 0,079X_1 - 0,082X_2 + 1,068X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

A. Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas yaitu

-1,914 menunjukkan bahwa nilai dari variabel minat masyarakat menabung (Y) apabila variabel independennya pengetahuan (X₁), persepsi masyarakat (X₂), religiusitas (X₃) dianggap nol. Dalam artian bahwa jika variabel dependen tidak dipengaruhi oleh variabel independen maka besarnya minat masyarakat menabung sebesar -1,914.

B. Koefisien regresi variabel pengetahuan (X₁) sebesar 0,079.

Artinya bahwa variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung.

- C. Koefisien regresi variabel persepsi masyarakat (X_2) sebesar -0,082. Artinya bahwa variabel persepsi masyarakat tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung.
- D. Koefisien regresi variabel religiusitas (X_3) sebesar 1,068. Artinya jika religiusitas naik satu-satuan maka minat masyarakat untuk menabung akan mengalami kenaikan sebesar 1,068 dengan asumsi variabel lain konstan.

4.1.3.4 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh secara signifikan atau tidak antara variabel pengetahuan (X_1), persepsi masyarakat (X_2) dan religiusitas (X_3) secara parsial terhadap variabel minat menabung (Y). Berikut ini merupakan hasil dari uji T menggunakan SPSS :

Tabel 4.12
Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	Nilai Signifikan	Hasil
Pengetahuan	0,080	Tidak signifikan
Persepsi Masyarakat	0,105	Tidak signifikan
Religiusitas	0,000	signifikan

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikan dari setiap variabel berbeda. Variabel pengetahuan (X_1) dengan nilai signifikan $0,080 > 0,05$, variabel persepsi masyarakat (X_2) dengan nilai signifikan $0,105 > 0,05$, variabel religiusitas (X_3)

dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan dalam hipotesis sebagai berikut :

H_1 : *Pengetahuan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y)*

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan (X_1) sebesar 1,765, dengan disimpulkan bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar 1,980 ($1,765 < 1,980$). Sehingga hipotesis ditolak dalam artian bahwa variabel pengetahuan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y).

Dari tabel 4.11 juga diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel pengetahuan (X_1) sebesar 0,080 lebih besar dari 0,05 sehingga dengan demikian maka H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak dalam artian bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y).

H_2 : *Persepsi masyarakat (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y)*

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan (X_2) sebesar -1,632, dengan disimpulkan bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar 1,980 ($-1,632 < 1,980$). Sehingga hipotesis ditolak dalam artian bahwa variabel persepsi masyarakat (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y).

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel persepsi masyarakat (X_2) sebesar 0,105 lebih besar dari 0,05 sehingga dengan demikian maka H_0 diterima sedangkan H_2 ditolak dalam artian bahwa variabel persepsi masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y).

H_3 : *Religiusitas (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y)*

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai t hitung variabel religiusitas (X_3) sebesar 55,420, dengan disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 2,617 ($55,420 > 1,980$). Sehingga hipotesis diterima dalam artian bahwa variabel religiusitas (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y). dapat ditarik kesimpulan bahwa apabila religiusitas (X_3) meningkat maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya minat masyarakat menabung (Y).

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel religiusitas (X_3) sebesar ,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dengan demikian maka H_0 ditolak sedangkan H_3 diterima dalam artian bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung (Y).

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan untuk menguji terjadi pengaruh atau tidak antara variabel pengetahuan (X_1). Persepsi

masyarakat (X_2), dan religiusitas (X_3) terhadap variabel minat menabung (Y) secara bersama-sama (simultan). Hasil dari uji simultan F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	318,328	3	106,109	1066,770	,000 ^b
Residual	11,538	116	,099		
Total	329,867	119			

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.13 di atas dengan uji F (simultan) maka didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa nilai F sebesar 1066,770 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan pada uji F ini lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$). Sehingga dari nilai tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka berarti secara bersama-sama (simultan) variabel pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Malang.

3. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi merupakan alat ukur untuk mengetahui sejauh mana tingkat dari hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen, atau seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan

hasil uji determinasi melalui SPSS maka didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,982 ^a	,965	,964	,31539	,982 ^a

Sumber: Diolah melalui SPSS 21, (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hasil output dari uji determinasi R² diatas diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 96,5%. Dengan demikian maka minat masyarakat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas sebesar 96,5% sedangkan sisanya yaitu 3,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar dari model ini atau diluar dari variabel independen dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa pengujian terhadap variabel dependen dan independen yaitu pengaruh pengetahuan (X₁), persepsi masyarakat (X₂) dan religiusitas (X₃) terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Malang baik secara parsial ataupun simultan.

4.2.1 Pembahasan Pengetahuan (X_1) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung (Y)

Hasil dari pengujian terhadap variabel pengetahuan (X_1) diatas yaitu variabel pengetahuan (X_1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Malang. Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan atau tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Supriadi dan Hakim, (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat memilih produk tabungan BSI Sumenep. Begitu juga dalam penelitian Khairunnisa, (2020) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah.

Jika merujuk pada penelitian sebelumnya memang pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah namun hal ini berbanding terbalik dengan hasil dalam penelitian ini. Dengan indikator pengetahuan yang tidak jauh berbeda namun hasil yang didapat tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya. penelitian sebelumnya dan penelitian ini memiliki beberapa indikator pengetahuan yang hampir sama yakni; (1) pengetahuan atas karakteristik produk. (2) memahami atas manfaat dari suatu produk. (3) pengetahuan atas kepuasan dari suatu produk dan dengan melakukan analisis. (4) pengetahuan terhadap konsep dasar dalam bank syariah dan pengaplikasiannya.

Dari indikator-indikator tersebut ternyata hasil jawaban yang diterima menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung, hasil ini diperkuat dari hasil wawancara dengan mbak Silvy Auliaus Sholihah yang menjadi salahsatu nasabah tabungan dari Bank BSI Kantor Cabang Malang , pada 20 desember 2021 jam 15.30 Wib, disampaikan bahwa :

“Pengetahuan terhadap produk, keuntungan dan keunggulan menabung di Bank BSI tidak jauh berbeda dengan bank syariah lain karena produk yang ditawarkan hampir sama, akad yang digunakan juga sama yaitu wadiah (titipan) dan mudharabah. Kami mengetahui bahwa bank BSI memang baru namun dari segi produk tabungan yang ditawarkan tidak jauh berbeda dari bank syariah sebelumnya seperti BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah hal itu juga dikarenakan kami belum menerima penjelasan secara gamblang keunggulan menabung di BSI daripada bank syariah lain, namun kami memilih BSI karena kami mengetahui bahwa BSI bank besar yang baru berdiri namun punya prospek bagus”.

Dari hasil wawancara tersebut menerangkan bahwa pengetahuan tentang pentingnya menabung di BSI masih minim dan masyarakat menganggap bahwa menabung di BSI atau di bank syariah lain sama, namun perbedaannya BSI memiliki prospek masa depan yang bagus meskipun baru berdiri karena tiga bank yang sebelumnya memang memiliki prospek bagus bergabung menjadi satu, sehingga BSI bisa menjadi bank syariah terbesar di indonesia.

BSI dalam hal ini memang dikenal masih baru oleh masyarakat, namun tak lepas dari itu BSI selalu berupaya untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya menabung di BSI. Salahsatunya yaitu BSI menggelar kuliah umum literasi keuangan syariah yang diadakan di Universitas Syiah Kuala,

hal ini menjadi salahsatu bukti bahwa pihak BSI tidak berdia diri untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya pengetahuan tentang keuangan syariah dan menabung di BSI.

Dalam islam, pengetahuan dinilai menjadi bekal penting untuk mengambil sebuah keputusan seperti halnya mengambil keputusan untuk menabung di BSI. Karena dalam islam juga perintah pertama untuk umat islam adalah belajar dan mencari pengetahuan, bukan perintah sholat, puasa, zakat dan sebagainya melainkan perintah untuk memiliki pengetahuan atas segala hal. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Alaq ayat 1-5 yang berbunyi :

أَفْرَأُ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ . خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ . أَفْرَأُ وَرَبُّكَ
الْأَكْرَمُ . الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ . عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَم .

Artinya :

“Bacalah dengan menyebut nama tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Tuhanmu lah yang maha pemurah. Yang mengajarkan manusia dengan perantara kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”.

Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suprihati, Sumadi & Tho'in (2021) yang menyebutkan dalam penelitiannya bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian lain seperti penelitian yang dilakukan oleh widowati & mustikawati (2018) yang menyebutkan bahwa pengetahuan tentang produk tabungan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

4.2.2 Pembahasan Persepsi Masyarakat (X_2) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung (Y)

Hasil dari pengujian terhadap variabel persepsi masyarakat (X_2) diatas yaitu variabel persepsi masyarakat (X_2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Malang. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan atau tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Supiani, Rahmat & Budiman (2021) yang menunjukkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Nagari KC Simpang Empat. Widowati & Mustikawati (2018) dalam penelitiannya juga menyimpulkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Jika merujuk pada penelitian sebelumnya memang persepsi masyarakat memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah namun hal ini berbanding terbalik dengan hasil dalam penelitian ini. Dengan indikator persepsi masyarakat yang meliputi; (1) pengetahuan tentang bank syariah, (2) pengamatan, yaitu mengamati suatu produk, (3) pemahaman, memahami semua dampak dari sesuatu yang di ambil, (4) penilaian, menilai sesuatu yang dianggap cocok. Tidak lepas dari 4 indikator tersebut bahwa salahsatu yang membentuk persepsi masyarakat adalah persepsi bunga bank, persepsi bagi hasil, persepsi kualitas pelayanan, persepsi nilai dan persepsi pengetahuan atas suatu

produk. namun hasil yang didapat tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya.

Dalam islam, persepsi diartikan sebagai salahsatu yang kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lain karena munculnya persepsi melalui proses penginderaan, dan melalui pengamatan, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-An'am ayat ke – 7 yaitu :

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالِ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ

هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ

Artinya :

“Dan kalau kami turunkan kepadamu tulisan diatas kertas, kemudian mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri. Tentu orang-orang kafir akan berkata : “ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata.”

Hal ini berarti bahwa setiap orang memiliki persepsi atas segala sesuatu setelah mengalami proses penginderaan dan pengamatan terhadap apa yang ia amati. Sehingga muncul persepsi yang juga dapat merangsang orang lain untuk mengikutinya.

Pada indikator-indikator di atas ternyata hasil jawaban yang didapatkan menyatakan bahwa persepsi masyarakat tidak berpengaruh terhadap minat menabung, hasil ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Moh. Taufik yang menjadi salahsatu nasabah tabungan dari Bank BSI Kantor Cabang Malang pada 20 desember 2021 jam 20.35 Wib, disampaikan bahwa :

“Menurut saya, memilih menabung di BSI bukan karena menganggap BSI bebas riba, memiliki produk yang berbeda atau

karena pelayanan yang bagus. Tapi memilih menabung di BSI karena rasa tanggungjawab saja sebagai orang yang percaya agama islam dan yakin kepada Allah dengan niat ibadah meninggalkan larangan dan melakukan perintahnya. Maka saya menganggap ini kewajiban dan tidak ada bedanya menabung di bank syariah manapun karena yang paling penting adalah niat menabung di bank syariah atas dasar ibadah meninggalkan larangan Allah”.

Dari hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nasabah memilih menabung di BSI bukan karena persepsi tentang prinsip dasar bebas riba dan sebagainya melainkan karena niat ibadah kepada yang maha kuasa.

Hasil dalam penelitian ini bertolak belakang atau tidak mendukung penelitian dari Zahra & Suyanto (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kualitas dan nilai berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, sedangkan dalam penelitian ini hasil yang didapat yaitu persepsi masyarakat tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di BSI.

4.2.3 Pembahasan Religiusitas (X₃) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung (Y)

Hasil dari pengujian terhadap variabel religiusitas (X₃) diatas yaitu variabel religiusitas (X₃) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Malang. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzi & Murniawaty (2020) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Asrul (2020) dalam

penelitiannya juga menjelaskan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Mandiri Syariah di Kota Pariaman. Hal ini berarti bahwa tingkat religiusitas nasabah menjadi salahsatu faktor yang mendorong nasabah untuk memilih menabung di BSI sehingga apabila tingkat religiusitas seseorang semakin tinggi maka minat masyarakat untuk menabung di Bank BSI Kantor Cabang Malang akan semakin meningkat.

Tingginya religiusitas masyarakat didasarkan pada 5 dimensi yaitu (1) ideologis, (2) ritualistik, (3) ekperensial, (4) intelektual, dan (5) konsekuensi. Dari kelima dimensi tersebut secara keseluruhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di BSI Kantor Cabang Malang. Sehingga apabila ideologis, ritualistik, ekperensial, intelektual dan konsekuensi masyarakat semakin baik maka kesadaran dan minat masyarakat untuk menabung di BSI juga akan semakin meningkat.

Kondisi ini dapat dilihat pada tabel jawaban responden variabel religiusitas 4.3 dimana dimensi ideologis (X3.1) dengan nilai mean sebesar 3,75 yang berarti bahwa responden “setuju” bahkan “sangat setuju” terhadap ideologis tersebut. Pada dimensi kedua, ritualistik atau praktek (X3.2) dengan nilai mean sebesar 3,70 yang berarti bahwa responden “setuju” bahkan “sangat setuju” terhadap ritualistik atau mempraktekkan pengetahuan agama seperti memilih menabung di BSI karena sebagai bentuk ibadah dan menghindari riba. Pada dimensi ketiga, ekperensial atau pengalaman

(X3.3) dengan nilai mean sebesar 3,73 yang berarti bahwa responden “setuju” bahkan “sangat setuju” terhadap pengalaman, karena pengalaman dari orang lain atau bahkan diri sendiri itu di anggap penting untuk bekal selanjutnya seperti halnya pengalaman menabung di bank konvensional yang berbasis bunga sehingga dari pengalaman tersebut orang-orang akan lebih memilih untuk pindah ke bank yang terhindar dari riba karena takut atas siksa yang dijanjikan kepada pelaku riba. Pada dimensi ke empat, intelektual atau pengetahuan (X3.4) dengan nilai mean sebesar 3,73 yang berarti bahwa responden “setuju” bahkan “sangat setuju” terhadap pengetahuan. Sehingga apabila pengetahuan seseorang terhadap suatu produk baik maka orang akan berhati-hati dalam memilih produk yang masuk dalam kategori halal dan haram dalam islam. Pada dimensi terakhir, konsekuensi atau pengemalan (X3.5) dengan nilai mean sebesar 3,74 yang berarti bahwa responden “setuju” bahkan “sangat setuju” terhadap konsekuensi baik yang akan didapat atas keputusan memilih menabung di BSI yang menerapkan prinsip bebas riba.

Hasil dari jawaban responden pada variabel religiusitas tersebut nilai mean tertinggi pada dimensi X3.1 yaitu ideologis sebesar 3,75. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi ideologis merupakan dimensi paling baik dalam variabel religiusitas.

Dalam islam, religiusitas memang harus dibangun dari dasar karena akan berpengaruh terhadap cara berpikir dan ketaatan

seseorang terhadap perintah rabb-nya. Terdapat banyak bentuk religiusitas yang dibangun dalam islam untuk umatnya, salahsatunya yaitu keputusan untuk berperilaku dengan menghindari riba yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain tidak hanya di dunia namun juga di akhirat. Hal ini diperkuat oleh ayat Al-Qur'an yang membahas tentang kewajiban menjalankan segala perintah dan menghindari larangan dari Allah swt. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kalian kedalam islam keseluruhan, dan janganlah kalian menuruti langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. Jika dimaknai secara logis, maksud dari ayat ini yaitu orang islam harus taat dalam meyakini suatu agama dengan ditunjukkan melalui sikap, perilaku dan bertindak sesuai ajaran agama.”

Diperkuat oleh ayat yang menjelaskan larangan bahwa semua yang terikat perilaku riba dalam islam dapat sangat merugikan dirinya dan orang lain karena dianggap menganiaya. Tercantum dalam surah Al-Baqarah ayat 279 yang berbunyi :

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا
تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya :

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan rasulnya akan memerangimu.

Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”

Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Khairunnisa (2020) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Namun hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugroho, Hidayat dan Kusuma (2017) yang menunjukkan hasil bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah. Purnamawati dan Luqman (2021) dalam hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi dan baik religiusitas seseorang maka minat masyarakat untuk menabung di BSI Kantor Cabang Malang juga akan meningkat.

4.2.4 Pembahasan Pengetahuan (X_1), Persepsi Masyarakat (X_2), dan Religiusitas (X_3) Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Masyarakat Menabung

Berdasarkan uji F (simultan) yang telah dilakukan, hasil output yang didapat menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau $< 0,05$ yang berarti bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat

masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Malang.

Dalam penelitian ini hasil yang didapat mendukung pada penelitian yang dilakukan oleh Citrawati dan Basri (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi produk dan reputasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di tabungan tamansari BPR Bantul. Khairunnisa (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Ali dan Supriyadi (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BSI Sumenep.

Jika dilihat dari hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan hasil dari adjust r square sebesar 0,964 atau 96%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa minat masyarakat menabung di BSI dipengaruhi dan dijelaskan oleh pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas sebesar 96%, sedangkan sisanya 4% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi atau diluar dari variabel independen dalam penelitian ini.

Lembaga keuangan syariah yang meliputi bank atau non-bank seperti BMT, Koperasi, dan sebagainya salahsatu akad yang digunakan didalamnya yaitu akad wadiah dan mudharabah. Wadiah merupakan akad titipan suatu aset atau barang terhadap suatu lembaga penerima titipan seperti bank atau non-bank. mudharabah

juga menjadi akad yang banyak digunakan oleh lembaga keuangan syariah untuk akad simpan pinjam. Mudharabah yaitu akad kerja sama antara pemilik harta (shahibul mal) dengan pihak pengelola harta (seperti; bank syariah) dengan modal 100% dari pemilik harta, dan apabila mendapat keuntungan maka dibagi 2 antara pemilik harta dan pengelola harta. BSI Kantor Cabang Malang dalam akadnya menggunakan wadiah dan mudharabah. Akad wadiah biasanya tidak diberikan bonus oleh pihak BSI karena hanya akad titipan. Sedangkan pada akad mudharabah dengan saldo < Rp. 100.000.000,00 maka bagi hasil/bonusnya 8% untuk nasabah dan 92% untuk pihak BSI. Sedangkan akad mudharabah dengan saldo > Rp.100.000.000,00 maka bagi hasil/bonus nya 13% untuk nasabah dan 87% untuk pihak BSI.

Dari beberapa hasil dan pembahasan di atas maka hal yang menjadi perbedaan adalah bahwa hipotesis awal dengan hasil penelitian berbeda. Pada hipotesis awal semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, namun pada hasil penelitian didapatkan bahwa pengetahuan dan persepsi masyarakat tidak berpengaruh sedangkan religiusitas berpengaruh.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan dalam penelitian yang ini yang membahas terkait pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di BSI Kantro Cabang Malang maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung di BSI. Pengetahuan masyarakat tentang sistem dan produk tabungan di BSI masih kecil, hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan BSI tidak jauh berbeda dengan bank syariah lain, BSI juga dianggap baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas karena masyarakat lebih mengetahui bank syariah sebelumnya seperti BRIS, BSM dan BNI Syariah sedangkan BSI masih baru terdengar dilingkungan masyarakat.
2. Persepsi masyarakat tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung di BSI. Persepsi masyarakat atas pengetahuan produk masih dianggap sama dengan produk bank syariah lainnya, begitu pula dengan prinsip syariah yang diusung, masyarakat menganggap sudah mengetahui dampak positif dan negatif dari riba sehingga mereka beranggapan bahwa faktor yang menjadikan nasabah minat memilih menabung di BSI bukan karena hal tersebut melainkan karena rasa ibadah yang tinggi kepada Allah.

3. Religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BSI. Religiusitas masyarakat dalam menabung di BSI memiliki pengaruh dikarenakan mereka menganggap bahwa menabung di BSI memberikan keberkahan karena dianggap ibadah sebagai simbol menjauhi larangan dari Allah tentang perilaku riba. Meskipun beberapa nasabah yang terdapat di BSI merupakan nasabah pindahan dari ketiga bank syariah tersebut.
4. Pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BSI Kantor Cabang Malang.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi pihak BSI, perlu memberikan sosialisasi atau pemahaman terhadap masyarakat luas terkait produk, keuntungan atau keunggulan yang ada di BSI karena sejauh ini masyarakat masih banyak yang belum paham produk dan keuntungan dan keunggulan yang ada di BSI karena dianggap masih baru di masyarakat. Boleh dengan menjelaskan melalui sosial media atau seminar-seminar yang membahas lebih rinci tentang BSI sehingga masyarakat luas bisa mengetahui lebih dalam tentang BSI.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melanjutkan penelitian dengan variabel lain yang kemungkinan menjadi faktor berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung seperti variabel promosi, reputasi, lokasi, dan kualitas produk di BSI sehingga penelitian

tersebut memiliki cakupan yang luas dan terintegritas terkait faktor-faktor yang menjadikan masyarakat minat menabung di bank syariah seperti di BSI. Dalam penelitian ini keterbatasan penelitian mungkin terletak pada indikator pernyataan atau soal dalam kuesioner setiap variabel yang memiliki kesamaan seperti pada pernyataan nomor 1, nomor 2 dan nomor 4 di variabel pengetahuan dengan variabel nomor 1 dan variabel nomor 3 di persepsi masyarakat sehingga menjadikan hasil tidak berpengaruh sehingga untuk peneliti selanjutnya perlu menyederhanakan kembali dan menyempurnakan indikator pernyataan pada kuesioner yang lebih cocok.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, Roni. (2017). Pengaruh Faktor Psikologis terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2 (2), 1-16.
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal lembaga keuangan dan perbankan*, Vol. 2 (1), 43-57.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. PT. Rineka Cipta.
- Asrul. (2020). Pengaruh religiusitas, reputasi bank dan Perolehan informasi terhadap minat masyarakat kota pariaman untuk menabung di Bank Mandiri Syariah. *Ensiklopedia Of Journal*, Vol. 2 (5), 158-164.
- Astuti, I.R. Masitoh, E. & Siddi, P. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah Surakarta. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, Vol. 2 (3), 167-172.
- Citrawati, V.D. Prakosa, A. & Basri, A.I. (2021). Pengaruh pengetahuan, promosi, produk, dan reputasi terhadap minat menabung di tabungan tamansari BPR Bantul. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 (1), 1-8.
- Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 114.
- Duwi Prayitno, “*SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*”, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014), hal 161.
- Fauzi, A. & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh religiusitas dan literasi keuangan syariah mahasiswa terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal*, Vol.9 (2), 473-486.
- Fauzy, T.O. Purwadi, A. & Hakim, R. (2019). Analisis pengetahuan tentang perbankan syariah santri pondol pesantren al-ittihad Mojokerto dan pengaruhnya terhadap minat menabung di Bank syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 (2), 181-206.
- Ghozali, “*Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi Program AMOS Ver. 5.0*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008) hal 105., 113.
- Hakim, A.U. & Supriyadi. (2021). Pengaruh pengetahuan guru tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk tabungan BSI Sumenep. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 (2), 45-52.
- Haryadi Sarjono & Winda Julianita, “*SPSS vs LISREL : “Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*”, (Jakarta: Salemba Empat, Cetakan Kedua, 2013), hal 74-80

- Hasan. 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik I*. PT. Bumi Aksara.
- Imran & Hendrawan, B. (2017). Pengaruh Persepsi masyarakat batam tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah. *Journal Of Business Administration*, Vol.1 (2), 209-218.
- Jonathan Sarwono, *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (yogyakarta: graha ilmu, 2006), h.26
- Kartika, C. dkk. (2019). Pengaruh Religiusitas, Trust, Corporate image, dan sistem bagi hasil terhadap customer behavior intention menabung dan customer loyalty di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur. *Global*, Vol. 4 (1), 30-49.
- Khairunnisa, I.A. & Cahyono, H. (2020). Hubungan pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 3 (3), 1-14.
- Komariah, F. & Farhan, A. (2020). Pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah studi kasus pada masyarakat kota Sidoarjo dan surabaya. *Media Mahardhika*, Vol. 18 (3), 341-344.
- Kristiyadi & Hartiyah, S. (2016). Pengaruh kelompok acuan, religiusitas, promosi dan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah terhadap minat menabung di koperasi jasa keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, Vol. 5 (9), 44-63.
- Lawendatu, "Regresi Linier Berganda Untuk Menganalisis Pendapatan Petani Pala", *Jurnal Matematika dan Aplikasi*, Vol, 3, No. 1, (Maret, 2014), hal 66
- Moehar Daniel, "Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi", (Jakarta.: PT Bumi Aksara, 2002), hal 156.
- Mujaddid, F. & Nugroho, P.T.A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar sekolah menengah kejuruan prodi perbankan syariah dalam menabung di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10 (1), 14-37.
- Nastiti, N. Hartono, A. & Ulfah, I.F. (2018). Pengaruh religiusitas, pengetahuan perbankan, pengetahuan produk perbankan, pengetahuan pelayanan perbankan, dan pengetahuan bagi hasil terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. *ASSET: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 (1), 15-25.
- Novianti, A.D. & Hakim,L. (2021). Pengaruh pengetahuan, produk dan religiusitas terhadap minat menabung dengan variabel moderating persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, Vol. 9 (1), 116-122.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

- Nugroho, A.P. Hidayat, A. & Kusuma, H. (2017). The Influence Of Religiosity and self efficacy on the saving behavior of the islamic Bank. *Emerald Insight: Journal Of Islamic Marketing*, Vol. 12 (3), 35-47.
- Nurbaiti. Supaino & Fadhilah, D. (2020). Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat pesantren di Bank Syariah. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, Vol. 1 (2), 31-37.
- OJK(2016). *Data perkembangan keuangan syariah* diperoleh tanggal 22 Juni 2021 dari www.ojk.go.id
- Puji, P.S. & Hakim, L. (2021). Peran Gender sebagai variabel moderating pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah terhadap minat menabung bank syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, Vol.9 (1), 1-10.
- Putri,Y. dkk. (2019). Strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16 (1), 77-86.
- Putribasutami, C.A. & Paramita, R.A.S. (2018). Pengaruh pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan sosial terhadap keputusan menabung di ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6 (3), 157-172.
- Rosyid, M. & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru. *Islamimonic*, Vol. 7 (2), 37-45.
- Rachmawati, A. & Widana, G.O. (2019). Pengaruh consumer knowledge, brand image, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. *Jurnal Liquidity*, Vol.8, (2), 111-123.
- Raihana, S. & Azhary, R.A. (2020). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, lokasi, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah cabang jeuram (studi pada masyarakat kecamatan seunagan kabupaten nagan raya). *Global Journal Of Islamic Banking and Finance*, Vol. 2 (2), 110-123.
- Romdhoni, A.H. & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 4 (2), 136-147.
- Rusdianto, H. & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh produk Bank syariah terhadap minat menabung dengan persepsi masyarakat sebagai variabel moderating di pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 (1), 43-61.
- Rianto, M.R. & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, Vol. 16 (2), 76-83.

- Robbins, S.P. 1996. *Perilaku Organisasi Konsep – Kontroversi– Aplikasi*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Souiden, N. & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward islamic banks: the influence of religiosity. *Emerald Insight: International Journal Of Bank Marketing*, Vol. 33 (2), 143-161.
- Suprihati. Sumadi. & Tho'in, M. (2021). Pengaruh religiusitas, budaya, pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di koperasi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7 (1), 443-450.
- Supiani. Rahmat, F. & Budiman, F. (2021). Pengaruh budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. *Al-Bank:Journal Islamic Banking and Finance*, Vol. 1 (1), 49-58.
- Saputra, H. & Anwar, M.K. (2019). Pengaruh persepsi mahasiswa program studi non ekonomi islam terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2 (1), 67-76.
- Syahriyal. (2018). Pengaruh persepsi nilai dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung serta dampaknya kepada keputusan menabung pada perbankan syariah di banda aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 4 (1), 139-156.
- Sari, F.N. & Anwar,M.K.(2018). Pengaruh tingkat religiusitas santri pondok pesantren darussalam kediri terhadap minat menabung di Perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.1 (1), 25-35.
- Sugiyono, “*metode penelitian pendidikan*” (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 6
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (2018), 80,81,147,231.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,Edisi Revisi V, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hal 107.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. PT. Rineka Cipta.
- Hasan. 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik I*. PT. Bumi Aksara.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Robbins, S.P. 1996. *Perilaku Organisasi Konsep – Kontroversi– Aplikasi*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Sari, Dian Indah. 2017. “Strategi Promosi Dan Store Interior Pada Industri Ritel.” *Jurnal ECODEMICA* 1 (2): 183–92.
<https://doi.org/10.31294/jeco.v1i2.1971>.

- Siregar, dkk. 2020. *Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah*. Medan: Puspantara.
- Stark, Rodney, and Charles Y. Glock. 1965. "The 'New Denominationalism.'" *Review of Religious Research* 7 (1): 8. <https://doi.org/10.2307/3509830>.
- Suliyanto. 2011. *Ekonomitrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. CV. Andi Offset.
- Supiani, Supiani, Fawza Rahmat, and Fajar Budiman. 2021. "Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah." *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 1 (1): 49–58.
- Tripuspitorini, F.A. (2019). Pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa politeknik negeri bandung untuk menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif al-syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 4 (2), 54-69.
- Umah, R. dkk. (2020). Pengaruh persepsi mahasiswa terhadap minat menabung di Bank Syariah: Studi kasus mahasiswa FEBI INAIS Bogor. *EL-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 1 (1), 95-114.
- Wahyani, S. & Fitriani, N. (2017). Brand religiosity aura and brand loyalty in Indonesia Islamic banking. *Emerald Insight: Journal Of Islamic Marketing*, Vol. 8 (3), 361-372.
- Widowati, A.S. & Mustikawati, R.I. (2018). The Effect Of Saving products knowledge, bank reputation, and cutomers perception on deposit interest rate on the customer saving decision/2018/Ayun dan Indah. *Jurnal Nominal*, Vol. 7 (2), 141-156.
- Zulfison. Puspita. & Tyanto, R. (2020). Pengaruh religiusitas, kelompok referensi dan pengetahuan terhadap bank syariah pada nasabah bank syariah DKI Jakarta. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 5 (1), 1-10.
- Zahra, G.A. & Suyanto, A. (2019). Analisis persepsi kualitas dan nilai di bank syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menabung (studi kasus di jawa barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, Vol. 3 (1), 163-174.
- Zakaria, L.D. Afifudin. & Mawardi, M.C. (2020). Pengaruh religiusitas, fasilitas layanan, literasi keuangan dan bagi hasil terhadap minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. *E-JRA: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*, Vol. 9 (11), 10-27.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil olah data SPSS 21

1.1 Anova

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Pengetahuan		(Combined)	12,955	7	1,851	,653	,711
	Between Groups	Linearity	2,934	1	2,934	1,035	,311
		Deviation from Linearity	10,021	6	1,670	,589	,738
	Within Groups		317,370	112	2,834		
	Total		330,325	119			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Persepsi Masyarakat		(Combined)	25,557	7	3,651	1,342	,237
	Between Groups	Linearity	,905	1	,905	,333	,565
		Deviation from Linearity	24,651	6	4,109	1,510	,181
	Within Groups		304,768	112	2,721		
	Total		330,325	119			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Religiusitas		(Combined)	17,438	5	3,488	1,271	,281
	Between Groups	Linearity	4,746	1	4,746	1,729	,191
		Deviation from Linearity	12,692	4	3,173	1,156	,334
	Within Groups		312,887	114	2,745		
	Total		330,325	119			

1.2 Coefficients Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16,570	3,124		5,305	,000	
	Pengetahuan	-,067	,070	-,089	-,962	,338	,987
	Persepsi Masyarakat	,044	,073	,057	,610	,543	,974
	Religiusitas	,120	,087	,127	1,378	,171	,987

a. Dependent Variable: Minat Menabung

1.3 Coefficient Uji Regresi Linier Berganda, Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1,914	,694		-2,759	,007
	Total_X1	,079	,045	,081	1,765	,080
	Total_X2	-,082	,051	-,075	-1,632	,105
	Total_X3	1,068	,019	,982	55,420	,000

a. Dependent Variable: Total_Y1

1.4 Anova Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	318,328	3	106,109	1066,770	,000 ^b
	Residual	11,538	116	,099		
	Total	329,867	119			

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

1.5 Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,982 ^a	,965	,964	,31539

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y1

Lampiran 2
Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT, DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI
BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Kasus di Kota Malang)

Saya Hidayat, mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang semester akhir. saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan tugas akhir (skripsi). Saya sangat membutuhkan bantuan dari anda untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi angket yang telah saya buat ini. Jawaban anda tidak dilihat benar atau salah, dan saya akan menjamin kerahasiaan dari jawaban yang anda berikan. Sebelumnya saya mengucapkan terimakasih atas keluangannya waktu anda mengisi angket yang telah saya buat.

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda **centang** (✓) pada pilihan jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai.

Apakah anda merupakan salah satu nasabah Bank BSI?

Ya Tidak

A. Identitas Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Usia : 17-26 Tahun 27-36 Tahun
 37-46 Tahun 47-60 Tahun
 > 60 Tahun

Pendidikan Terakhir : SMP SMA/Sederajat
 Diploma Sarjana S1,S2,S3

Pekerjaan : PNS Pelajar/Mahasiswa

	menerapkan prinsip bunga (riba)				
3	Saya mengetahui bahwa menabung sangat penting untuk keperluan jangka pendek dan jangka panjang				
4	Saya akan menjelaskan kepada orang lain manfaat yang diperoleh setelah menabung di bank syariah indonesia				
5	Menurut saya menabung di bank syariah indonesia merupakan salah satu cara untuk mempraktekkan ajaran islam				
6	Sebelum menabung saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu keunggulan dan kekurangan dari setiap bank				

Variabel Persepsi Masyarakat

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui manfaat produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah indonesia				
2	Saya memilih menggunakan produk tabungan bank syariah indonesia setelah mengamati tabungan syariah milik teman, keluarga atau kerabat				
3	Saya memahami secara menyeluruh dampak negatif riba dan keunggulan menabung di bank syariah indonesia				
4	Sebelum memilih menabung saya menilai keuntungan dan kerugian dari setiap bank yang menawarkan produk				

	tabungan				
--	----------	--	--	--	--

Variabel Religiusitas

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya meyakini bahwa memilih menabung di bank yang menerapkan prinsip syariah akan memberikan saya keberkahan hidup				
2	Saya meyakini bahwa menabung merupakan salahsatu bentuk ibadah seperti mengalokasikannya untuk kepentingan sumbangan sosial				
3	Saya memilih menabung di bank syariah karena takut akan siksa atas perilaku riba				
4	Saya akan memilih menabung di salahsatu bank setelah memahami bahwa produk yang ditawarkan merupakan produk yang halal menurut syariat islam				
5	Saya memilih menabung di bank syariah indonesia karena ingin menjalankan prinsip syariat islam yaitu dengan memilih produk yang tentu bebas riba				

Variabel Minat Menabung

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya akan minat menabung di bank				

	syariah indonesia setelah mengetahui jenis produk yang ditawarkan				
2	Saya akan menabung di bank syariah indonesia setelah mempertimbangkan jenis produk dari beberapa bank				
3	Saya memilih menabung di bank syariah karena tertarik dengan produk yang ditawarkan				
4	Saya berminat menabung di bank syariah hanya untuk mengetahui produk yang ada di bank syariah indonesia				
5	Saya berminat menabung di bank syariah indonesia karena ingin terhindar dari riba.				

Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian



Malang, 01 Desember 2021

Nomor : B. – KC Malang Soetta/01-2021
Lamp. :-
Hal : Penelitian Skripsi

**Fakultas Ekonomi
Perbankan Syariah
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Jalan Gajayana
Di
Malang**

Assalamualaikum Wr. Wb

Teriring salam dan do'a dari kami, semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat walafiat dan selalu dalam lindungan Allah SWT dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, Amin.

Sehubungan dengan surat **Nomor B-1310/FEK.1/PP.00.9/11/2021** perihal Permohonan Ijin Penelitian Skripsi di PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Malang, kami sampaikan bahwa permohonan tersebut **dapat kami penuhi**. Berkaitan dengan hal tersebut diatas, adapun mahasiswa yang akan melaksanakan Ijin Penelitian Skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	WAKTU PENELITIAN
1	Hidayat	18540099	Perbankan Syariah	Desember 2021

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

**PT. BANK BRISYARIAH Tbk,
KANTOR CABANG MALANG**

**Bank BRISyariah
KC MALANG SOETTA**

**Abien Rheza BSA
General Affairs**

Lampiran 4
Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Hidayat

NIM/Jurusan : 18540099/Perbankan Syariah

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat
dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat
Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi
Kasus Kota Malang)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing
1.	27 – 04 2021	1. Batasan penelitian boleh digunakan atau tidak tergantung dengan kebutuhan penelitian 2. Konsultasi proposal skripsi Bab 1,2 dan 3	1. 
2.	03 – 06 2021	1. Cari judul yang baru (ganti judul) yang tidak sama dengan teman yang lain 2. Referensi dari jurnal internasional, tidak diperkenankan menggunakan skripsi. 3. boleh meneliti persepsi masyarakat	2. 
3.	04 – 06 2021	1. Judul proposal skripsi diganti menjadi " Pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (studi kasus di Kota Malang). 2. Perkuat teori dan penelitian	3. 

		<p>terdahulu</p> <p>3. objek/tempat penelitian di Bank BSI Soehat diperbolehkan</p>	
4.	10 – 06 - 2021	<p>1. di izinkan mengikuti seminar proposal, revisi sambil dikerjakan</p> <p>2. penentuan sampel dan populasi di revisi sekaligus untuk penentuan sampel menggunakan rumus malhotra</p> <p>3. tambahkan alasan meneliti di lokasi tersebut</p> <p>4. Definisi Operasional Variabel ditambah variabel, indikator dan item</p> <p>5. abstrak di masing-masing penelitian terdahulu dimasukkan</p> <p>6. Bab 2 Hipotesis masih H_0 dan H_a belum berupa Hipotesis teori</p> <p>7. Tambahkan teori dari masing-masing variabel (buku dan media kepustakaan lainnya) selain penelitian terdahulu</p>	<p>4.</p> 
5.	15 – 06 2021	<p>1. Konfirmasi pelaksanaan sempro. File proposal, PPT dan berita acara dikirim kepada Dosen penguji I, II dan Dosen pembimbing</p> <p>2. fokus dari objek penelitian pada BRIS, tapi di judul tetap gunakan BSI</p> <p>3. Bab 3 hipotesis kerja belum ada, ditambahkan.</p> <p>4. Bab 2 tidak perlu</p>	<p>5.</p> 

		<p>menggunakan H0, cukup H1, H2 dan H3</p> <p>5. Konfirmasi file proposal skripsi revisi setelah disetujui dosen penguji.</p> <p>6. Segera membuat draft kuesioner</p>	
6.	7 – 01 - 2022	1. Konsultasi Bab IV dan V	6. 
7.	2 – 02 - 2022	Revisi I Bab 4 dan 5	7. 
8.	18 – 02 - 2022	ACC & Mengikuti Semhas	8. 
9.	22 – 02 - 2022	Revisi Semhas	9. 
10	28 – 02 - 2022	ACC & Daftar Ujian Skripsi	10. 

Malang, 04 Maret 2022

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP.197708262008012011

Lampiran 5
Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :
Nama : Hidayat
NIM : 18540099
Handphone : 085735328330
Konsentrasi : Entrepreneur
Email : hidayatdayat1817@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Kota Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
9%	10%	5%	5%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 04 Maret 2022
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin

PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS KOTA MALANG)

ORIGINALITY REPORT

9%	10%	5%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	6%
2	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ekuitas.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Lampiran 7
Biodata

BIODATA PENELITI



Nama : Hidayat
Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 05 Agustus 1998
Alamat : Dsn. Jambangan, Ds. Bakeong, kec. Guluk-
Guluk, Kab. Sumenep, Prov. Jawa Timur
No. HP : 085735328330
E-mail : hidayatdayat1817@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2005 – 2011 : SDN Bakeong III
2012 – 2014 : MTs. Ainul Falah Bakeong
2015 – 2017 : MA. Sumber Bungur Pakong

Riwayat Organisasi

2018-2019 : Kordinator Jenjang Lembaga Pendidikan Al-
Qur'an Wardatul Ishlah
2018-2020 : Asisten Laboratorium Mini Bank UIN
Malang
2018-2019 : Anggota Senat Mahasiswa Devisi
Development
2019–2020 : Wakil Ketua Bidang Humas LPQ Wardatul
Ishlah
2020-2022 : Kepala LPQ Wardatul Ishlah
2020-2021 : Anggota Gerakan Perpustakaan Anak
Nusantara (GPAN)
2020-2022 : Kordinator desain Komunitas Himpunan
Amal Pecinta Yatim